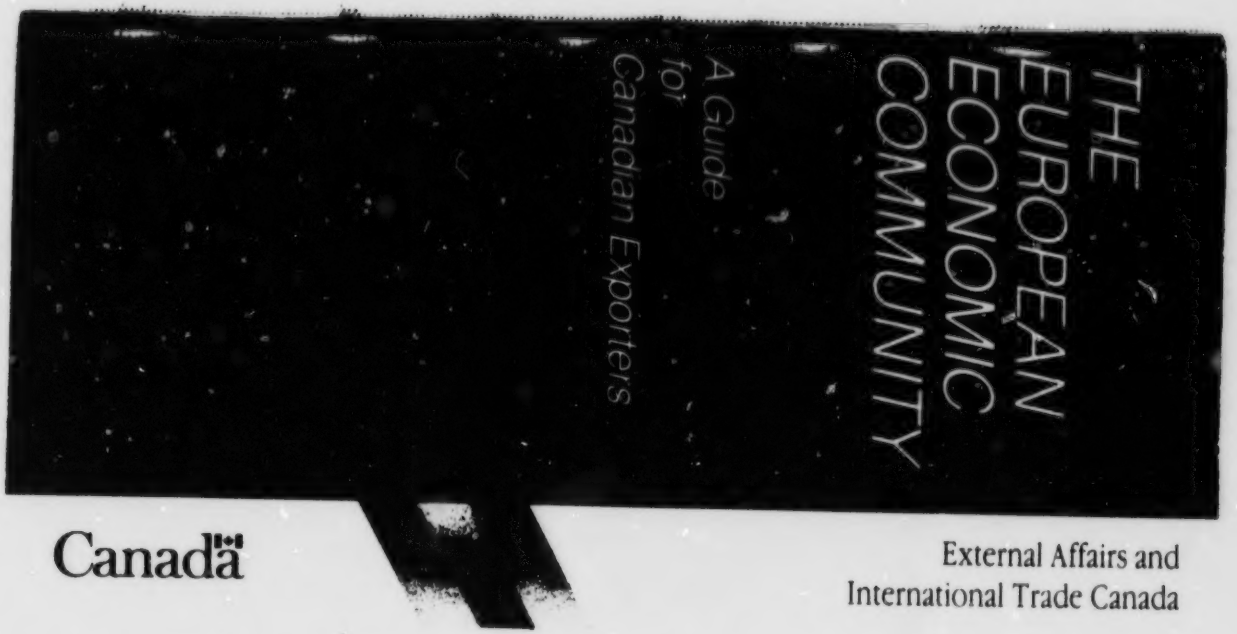

Canada

External Affairs and
International Trade Canada

91-02533/

THE EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY

A Guide for Canadian Exporters

For further information:

External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A OG2

Western Europe Trade, Investment and Technology Division (RWT)
Tel: (613) 995-9401
European Community Trade Policy Division (REM)
Tel: (613) 995-8297
Trade Information Hotline
Tel: 1-800-267-8376

1989

(Publié également en français)

CONTENTS

		Page
	INTRODUCTION	4
I.	THE EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY	5
II.	BELGIUM — LUXEMBOURG	22
III.	BRITAIN (U.K.)	27
IV.	DENMARK	34
V.	FRANCE	37
VI.	THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY	43
VII.	GREECE	50
VIII.	IRELAND	54
IX.	ITALY	57
X.	THE NETHERLANDS	63
XI.	PORTUGAL	67
XII.	SPAIN	72
XIII.	USEFUL ADDRESSES	77
	Canadian Trade Commissioner Missions in Member Countries of the EEC	77
	International Trade Centres	82
	Industry, Science and Technology Canada	83
	Trade Representation in Canada of EEC Member Countries	84

INTRODUCTION

The European Community (EC) has a population of some 320 million and generates almost one-fifth of the world's goods and services. It is the largest trading entity, accounting for about one-sixth of world trade, excluding trade among themselves. The European Community represents by far the greatest concentration of economic wealth, industrial power and technological capability outside North America. Trade relations between Canada and the Community are governed by the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) and the Framework Agreement for Commercial and Economic Co-operation, which was signed in 1976.

This book has been designed to help Canadian exporters realize more fully the attractive market opportunities awaiting them in the European Community. The Western Europe Trade, Investment and Technology Division in External Affairs and International Trade Canada will be glad to provide current and more detailed information on the regulations and conditions mentioned in this guide, as will the Canadian trade commissioners in our embassies abroad and in the International Trade Centres in Canada.

External Affairs and International Trade Canada has also produced a number of brochures that provide general advice on how to export and others that detail the department's programs for export development and technology inflow. To obtain copies you should contact either the International Trade Centre in your province or the trade information hotline.

Addresses and telephone numbers for the references noted above are listed either on the title page or in the back pages of this brochure.

I. THE EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY

The European Community unites the economies of 12 countries: Belgium, Britain, Denmark, France, the Federal Republic of Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Portugal and Spain.

Legally, there are three European communities, but they share the same institutions:

- the European Coal and Steel Community (ECSC), created in 1951;
- the European Atomic Energy Community (Euratom), created in 1957;
- the European Economic Community (EEC), created by the First Treaty of Rome and which came into being on January 1, 1958.

In July 1968, the six original members completely removed customs duties and quotas on internal trade. Goods now move freely among all member states, and each member charges the same duty on a given importation from third countries. (Britain and Ireland brought their external tariffs into accord with the Community in 1977, thereby doing away with the "Commonwealth Preference" which, until then, was enjoyed by Canadian exports.)

A series of free trade agreements between the Community and its six neighbours, Austria, Finland, Iceland, Norway, Sweden, and Switzerland, known collectively as the European Free Trade Association (EFTA), sees industrial goods traded duty-free between the 18 states. Only goods that originate in the free trade area enjoy such duty-free treatment. Regulations stipulate the maximum percentage of third country value (components, material or labour) that may be incorporated into products to maintain their "origin" status for inter-EEC/EFTA trade.

Turkey is an associate member and its agreement provides ultimately for full membership. Malta and Cyprus also have association agreements that provide for a customs union with the EEC.

The EEC has co-operation agreements with Algeria, Egypt, Israel, Jordan, Lebanon, Morocco, Syria and Tunisia which provide free access to the EEC market for industrial goods, and preferential treatment for agricultural products.

In 1971, the EEC established a system of generalized preferences for developing countries permitting duty-free entry of manufactured and semi-finished products and some processed farm goods. Primary products are excluded. Duty-free treatment may be withdrawn if certain historical ceilings are exceeded.

Under the terms of the Lomé Convention, the Community grants duty-free and quota-free entry to all manufactured goods and almost all agricultural products from 60 countries in Africa, the Caribbean and Pacific areas (ACP), which were formerly dependent territories of member countries of the Community.

What is Europe 1992?

"Europe 1992" or the Single Market Program, aims to sweep away the remaining internal restrictions on the movement of goods, capital, services and workers to make the EC a truly unified common market. The ambitious undertaking began with a 1985 White Paper that outlines close to 300 pieces of legislation that would need to be passed to completely liberalize trade. These included measures to reduce (1) physical barriers (border customs and immigration controls), (2) technical barriers (technical standards, health and safety requirements, lack of mobility for workers and professionals, etc.), and (3) fiscal barriers, such as different rates of value-added tax in different member states.

As an example of how removing barriers is resulting in increased efficiency, in 1988 a "Single Administrative Document" was introduced to replace the up to *70 forms* previously required by truck drivers crossing internal EC borders.

A report by the EC predicts that, provided the entire Single Market Program is implemented, the benefits could mean a 5 per cent increase in gross domestic product (GDP) and two to five million new jobs.

Europe 1992 is an extremely comprehensive program that touches upon almost all aspects of day-to-day EC commercial life. Some areas where the Single Market Program will have an impact are described below.

Technical Standards. Europe 1992 calls for the "mutual recognition" of manufactured products. In other words a product approved for sale in one member state can also be sold in all other member states without their subsequent approval. The EC is also drafting minimum essential standards required to protect public health and safety, and the environment.

Included in the Single Market Program is the development of European standards in both telecommunications and information technology.

Foreign Investment. Europe will continue to welcome foreign investment. Canadian companies are watching as the European Commission drafts a new European Company statute and as the Community pushes towards harmonizing various aspects of company law, initiatives likely to affect foreign acquisitions.

Technology Development. Community-wide technology programs are becoming more significant, serving not only to develop the research or technology itself, but also seeking to co-ordinate national research and development (R&D) efforts. Key EC research and development programs (worth $10 billion over five years), are in information technology, telecommunications, manufacturing technologies and advanced materials.

Government Procurement. Europe 1992 aims to open up the national tendering processes to companies in all EC member states, particularly in the telecommunications, water, energy and transport sectors.

Finance/Banking. Progress towards liberalizing the financial and banking sectors could eventually lead to a European central bank and a common currency, though such a development would likely occur some years after 1992.

Environmental Action. A number of measures under the Single Market Program directly relate to environmental concerns. Among these are directives requiring environmental impact assessments for major investment projects, setting timetables for emission reductions for industrial plants and motor vehicles, and introducing civil liability for environmental damage.

Europe 1992 has quickened the pace and shaped the direction of structural changes already under way in European industry. These changes will lead to more national and cross-border mergers and acquisitions; more cross-border alliances in R&D, production and marketing; and a streamlining of production facilities on a European scale.

For Canada and Canadian business, Europe 1992 presents major challenges and opportunities. It will allow Canadian companies easier access to all EC member states but may require increased investment in European operations or alliances with European firms to take full advantage of the new rules. It will open up new markets, such as in telecommunications, but it will also increase competition — in Europe, in third countries and in Canada's domestic market — from increasingly efficient European firms.

Canada-EC Economic and Science and Technology Co-operation

Though agriculture and fisheries are two areas where Canada and the EC have had differences, overall economic relations are very healthy. In fact, Canada is the only industrialized nation outside Europe to have signed a framework agreement on commercial and economic co-operation with the EC. The agreement, signed in 1976, grants both parties most-favoured-nation status and encourages industrial co-operation in investment, joint ventures, consortia, licensing and technology transfer.

Under the agreement, Canada and the EC meet annually to review the various commercial activities already in motion and those envisaged for the future. Such official meetings are likely to take on added importance as the Community moves to unify its market by the end of 1992, allowing Canada a unique avenue for discussing economic concerns and participating in economic developments in Europe.

The same agreement has also made possible science and technology co-operation between Canada and the EC. As part of this ongoing co-operation, eight formal understandings for research and technology development have been signed since 1980 in the areas of energy, raw materials, health and the environment.

These understandings make possible the exchange of scientific information and research personnel, and the establishment of joint research projects that involve universities, government laboratories and industries. For example, because Canada is a leader in tritium technology (a by-product of Canada's CANDU reactor), EC fusion research teams already have Canadian members and contracts have been awarded to Canadian firms because of their expertise.

Canada is exploring the possibility of strengthening co-operation with the EC in a number of research fields, including the environment, non-nuclear energy sources, biotechnology, telecommunications and information technologies, and advanced materials. The Canadian ministers of Science and Technology and of External Affairs have confirmed this interest to their EC counterparts and proposed the negotiation of a science and technology agreement.

The EC is one member of the EUREKA ministerial club which involves 18 Western European countries. This club directs a multi-sectorial technology development program now totaling 297 projects for a cost of about $10 billion. This European program involves some 1 600 firms and research institutions in Europe. A small number of Canadian firms have already succeeded in finding a place in EUREKA projects with European partners.

Customs Tariff Structure

The Common Customs Tariff (CCT) of the EEC, which applies to goods imported into the Community from other countries, including Canada, is based on the international Harmonized System (HS) of tariff classification.

On January 1, 1988, the HS was adopted by the EEC and most of the other major trading nations including Canada and the United States. The system is based on the Customs Co-operation Council Nomenclature.

Customs duties in the Community are levied on either an "ad valorem" or "specific" basis. Ad valorem duties are used most widely throughout the Customs tariff and are charged on a percentage of the declared value as defined by European Community regulations (see "Customs Valuation" section). Where specific rates are applicable, the charge is made per unit, net weight or other specified measure of quantity.

Information about the classification of Canadian goods in the CCT and the rates of customs charges applicable may be obtained by contacting the European Community Trade Policy Division of External Affairs and International Trade Canada.

Customs Valuation

An international agreement on customs valuation has established uniform standards to be applied to determine the value of imported goods for the calculation of ad valorem rates of duty.

When the importer and exporter are not related, the customs authorities base the value for duty on the price actually paid or payable for the goods when sold for export (the "transaction price"). The price could, however, be adjusted in certain circumstances as described in the agreement.

If the transaction price cannot be used as the value for duty, the customs authorities will determine the value by applying the following methods in the order indicated:

1. the transaction price of identical goods sold for export to the same country;
2. the transaction price of similar goods sold for export to the same country;
3. the price at which imported goods, identical or similar goods, are resold in the country of importation to unrelated persons, adjusted to take into account costs and usual profits incurred after importation; and
4. a "computed" value based on the cost of production plus usual profits and expenses.

At the importer's request, the order of application of the last two methods may be reversed.

If the value for duty cannot be established using these methods, it may be determined using "reasonable means" consistent with the provisions of the customs valuation agreement and of the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT).

The packings in which goods are imported are dutiable at the same rate as the goods they contain. Where packings would not normally be used for the goods they contain, and have an independent and durable use other than as packings, or where they have been used as packings to avoid the payment of customs duties otherwise applicable to them, they are dutiable at the rates that would be applied if they were separate shipments.

Anti-Dumping and Countervail

The European Community Council of Ministers and the European Community Commission (its executive arm) are

constitutionally responsible for applying Community anti-dumping controls. However, they depend upon member states to process applications for invoking the regulations, to submit the relevant details, to request immediate intervention in the marketplace (provisional anti-dumping duty), and to enforce Council decisions.

Under the anti-dumping regulations, the Commission can impose anti-dumping duties on dumped or subsidized imports from any country when it would be in the Community's interest to take such action. The Commission must be satisfied that the dumping or subsidization is causing or threatening material injury to a Community industry or that it is materially retarding the establishment of an industry in the Community.

Goods generally are regarded as being dumped if the export price is less than the fair market price in the country of origin. The fair market price is the price at which identical or comparable goods are being sold in the ordinary course of trade in the country of origin, but subject to any adjustments necessary to ensure a fair comparison.

Countervail duties are imposed when exports subsidized by the government of the exporting country are sold at a price lower than domestic goods and are threatening the industry of the importing country. Subsidies include any bounty or subsidy given by a government or other authority on the production or export of goods, whether directly or indirectly.

The Commission also has the power to impose provisional charges pending a full investigation if the facts indicate that dumping or subsidization is taking place and is causing or threatening material injury to a Community industry. No duty can actually be levied as a result of a provisional charge order, but security (normally a cash deposit) may be required under the order to cover any duty which may eventually be imposed. Provisional charge orders normally expire after three months. For imports from countries that have signed the GATT Anti-Dumping Code (including Canada), the Commission will extend provisional charge orders for a total of six months only if both exporters and importers concerned request such an extension.

Prior to a full investigation, the Commission informs all interested parties of the particulars by publishing a notice in the *Official Journal of the European Communities*. As well, the Canadian government and any Canadian exporter concerned are informed when an investigation is being considered.

The overseas manufacturer and exporter, as well as the importer of the product concerned, may offer evidence relevant to an anti-dumping application and express objections to it. Similarly, consumers and users of the imported product may express their opinion, since the Commission ultimately must determine whether the imposition of a duty is in the Community's interest. The Community has no statutory power to compel any person to furnish information, but it is in the interest of all parties that a decision should only be reached in the light of all relevant facts and considerations.

Representations may be made orally or in writing to the Commission. To facilitate these representations, a summary of the application is given on a confidential basis to all parties that have a bona fide interest in the case. There are no public hearings and normally no confrontations of the opposing parties.

Non-Tariff Barriers

Non-tariff barriers (NTBs) are measures and practices which may hinder trade, directly or indirectly. While they derive from legitimate concerns such as sanitary and safety regulations, they may restrict the free flow of goods. Now that trade barriers are being lowered through trade negotiations and freer trade is being encouraged, non-tariff barriers have much greater importance.

In the EEC, non-tariff barriers affecting the agricultural sector and the steel industry come under the jurisdiction of the Community as a whole. NTBs that affect industrial products are under the jurisdiction of individual member states.

Some of the non-tariff barriers that affect Canadian exports into EEC markets include phytosanitary and health certification, licensing, standards and government procurement policies.

Variable Levies. Variable import levies are applied to many agricultural products. Levies differ from product to product, but generally represent the difference between the world market price and the EEC support price, plus an additional amount to ensure that Community production receives preference.

Minimum Price Regulations. A minimum import, or reference price based on EEC market prices is applied to fresh apples, cherries, peaches, pears, plums, seed corn, tomatoes, other produce and some steel products. Offsetting compensatory taxes are levied on imports selling below the reference price.

Canadian trade offices located in EEC countries routinely take these regulations into account when responding to marketing enquiries from Canadian exporters.

Exporters to the Community should be prepared to comply with specific instructions received from agents or importers as some so-called "non-tariff barriers" may be temporary or imposed only during specified periods of the year.

Documentation

There is no prescribed form of customs invoice required to clear Canadian goods through customs in the various member states of the EEC. Generally all that is required is the exporter's normal commercial invoice and the usual shipping documents covering the exported goods. The following notes may be helpful.

Commercial Invoice. Normally two copies of the commercial invoice giving full particulars necessary to establish the c.i.f. value are sufficient. Although no special form or contents are prescribed for the commercial invoice, it is advisable to include the following:

- date and place of shipment;
- markings of the packages and their numerical order;
- exact description of the goods (e.g., customary commercial description according to kind, quantity, grade, weight — gross and net, preferably in metric units), with special emphasis on factors that may affect value;
- agreed-upon price of goods, including unit cost and total cost f.o.b. factory plus shipping, insurance and other charges;
- delivery and payment terms; and
- the signature of a responsible official of the shipper's firm.

Chamber of Commerce certification and consular legalization are not usually required.

Throughout Europe, INCOTERMS, as established by the International Chamber of Commerce, are used to avoid misunderstandings over the responsibilities of the buyer and seller. Canadian exporters would be well-advised to follow

the definitions and procedures specified in the publications *INCOTERMS* and *Guide to INCOTERMS* available from:

ICC Service S.A.R.L.
38 cours Albert 1er
75008 Paris, France
Tel: 2618597
Telex: 650770

or from Canadian offices located at:

1080 Beaver Hall Hill
Suite 1730
Montreal, Quebec
Canada H2Z 1T2
Tel: (514) 866-4334

Certificate of Origin. Except for textile and clothing products, a certificate of origin is not usually required for imports from Canada. An importer may, however, request a certificate from "in-quota" imports of certain goods such as wines, textiles, etc. Copies should be provided on the general form sold by commercial printers. Certificates of origin, when required, usually must be certified by a recognized chamber of commerce, board of trade or similar organization.

Bill of Lading. There are no regulations specifying the form or number of bills of lading required for any particular shipment. A bill of lading customarily shows:

- the name of the shipper;
- the name and address of the consignee;
- port of destination;
- description of goods;
- listing of the freight and other charges;
- number of bills of lading in the complete set; and
- the date and signature of the carrier's official, acknowledging receipt on board of the goods for shipment.

This information should correspond with that shown on the invoices and packages. Bills of lading direct of "to order" are accepted. On air cargo shipments, the way-bill replaces the bill of lading.

Packing List. Although not required, a packing list is useful in expediting customs clearance at the port of entry. Such a list should describe, in detail, the contents of each case or container included in the shipment giving the net and gross weights, together with the c.i.f. value of each commodity.

Phytosanitary and Health Certificates. When exporting plants, plant products, animals or animal products to the Community, it is often necessary to have such shipments accompanied by a certificate issued by Agriculture Canada. It is advisable to contact the Food Production and Inspection Branch of Agriculture Canada in Ottawa for animals and animal products and for plants and plant products, or an office of Agriculture Canada in your region, to determine the conditions that must be met when shipping these products to the European Community.

Additional Notes. Wherever possible, the required documentation should be forwarded separately to the consignee prior to the departure of the goods for submission to Customs with the entry documents. Enclosing them in the package being shipped will cause delay. In addition, whenever possible, designations and descriptions on documents should be in terms of the Common Customs Tariffs or the national tariff of the country of destination and, when feasible, in the language of the member state to which the goods are consigned. With the exception of France (which requires French documentation only), English or French documents are acceptable throughout the Community.

Temporary Entry — Carnet

What is a Carnet? The Carnet (Admission Temporaire Temporary Admission), commonly known as the ATA Carnet, is a special customs document that simplifies procedures for business and professional people wishing to take commercial samples, professional equipment and related materials into a country for a temporary period.

The Carnet consists of a folder and various coloured customs sheets. There is a pair of white sheets for each country to be visited — one sheet for entering the country, the other for leaving. Perforations separate these sheets into counterfoils (top) and customs clearance vouchers (bottom). The vouchers are stamped, signed and held by customs. There is also a pair of yellow sheets (both counterfoils and vouchers) for leaving and returning to Canada. When goods are to make a straight border-to-border transit between countries, pairs of blue sheets will also be included.

Your Carnet will be prepared to meet your specific requirements.

Why Use a Carnet? The Carnet is a valuable aid in rapidly and conveniently moving temporarily imported goods from one country to another. It eliminates such customs procedures as the preparation of national entry forms or the purchase of a security bond at every customs station. These details involve time, effort and expense. The Carnet allows the business traveller to:

- use a single Carnet for goods which will pass through the customs of several countries in one trip;
- make customs arrangements in advance for the countries being visited;
- make these arrangements quickly at a predetermined cost; and
- make as many trips as desired within the one year validity period of the Carnet.

Who Can Use a Carnet? Canadian companies will find the Carnet system of value to many of its representatives travelling abroad — salespersons, technicians, licensing representatives, professional teams.

How Long Is a Carnet Valid? A Carnet is valid for one year from the date of issue. This period cannot be extended and all items covered by a Carnet should be returned to Canada by the expiry date.

How Long Does It Take to Obtain a Carnet? Allow four days from the time an application arrives at the Canadian Chamber of Commerce for processing. This period could be shorter or longer depending on the volume of applications at any given time.

For What Countries Can Carnets Be Used? Carnets can be issued for all EEC countries.

The Canadian Chamber of Commerce has been designated as the agency which issues, administers and guarantees ATA Carnets in Canada.

Further information and application forms may be obtained from:

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
1080 Beaver Hall Hill
Suite 1730
Montreal, Quebec
Canada H2Z 1T2
Tel: (514) 866-4334

or

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
Richmond-Adelaide Centre, Suite 2109
120 Adelaide Street West
Toronto, Ontario
Canada M5H 1T1
Tel: (416) 868-6415
Fax: (416) 868-0189

or

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
55 Metcalfe Street, Suite 1160
Ottawa, Ontario
Canada K1P 6N4
Tel: (613) 238-4000
Fax: (613) 238-7643

Labelling, Packaging and Advertising Foodstuffs

The EEC has directives on the labelling, packaging and advertising of prepacked foodstuffs for retail sale. Products not meeting these requirements are prohibited entry.

The following particulars should be noted by exporters of prepackaged food products to the Community.

The label must indicate:

- brand name under which the product is sold;
- list of ingredients;
- the net quantity in the package in metric units;
- date of minimum durability (shelf life);
- special storage conditions or methods of preparation;
- name and address of manufacturer or packer or seller established in the Community;

- country of origin; and
- instructions for use when purchaser would be unable to prepare contents without such instructions.

If the foodstuff has been prepared for consumption, the label must also indicate whether contents have been steamed, boiled, smoked, freeze-dried, powdered, deep-frozen or prepared in some other manner.

Any labelling that is considered to mislead purchasers as to the origin, composition, quantity, identity, characteristics, method of manufacture or production, is banned and the product cannot be offered for sale.

The language used in labelling or advertising should be that of the member state to which the goods are consigned for sale. Other recognized languages of the Community are acceptable in some instances. The characters must not be less than 1.5 mm, and not less than 1/10th the size of the largest characters used on the label to a maximum height of 5 mm.

Further information on the labelling of EEC-bound foodstuffs is available from the European Community Trade Policy Division of External Affairs and International Trade Canada.

Value-Added Taxes (VAT)

Most products sold in the EEC, whether imported from abroad or manufactured domestically, are subject to a value-added tax. This tax is popularly known as the TVA from the French appellation, "Taxe sur la valeur ajoutée," or VAT, the designation used in Britain. While all countries in the Community have a standard method of application of VAT, the rates vary widely from country to country.

In some cases, there are two or three categories of rates: a standard rate, a lower rate or exemption applicable to foodstuffs or other essentials, and a higher or major rate applicable to luxury goods or non-essential articles.

The standard rate (as of January 1989) is as follows:

	Per cent
Belgium	19
Britain (U.K.)	15
Denmark	22
France	18.6
Germany	14
Greece	16
Ireland	25
Italy	19
Luxembourg	12
The Netherlands	18.5
Portugal	17
Spain	12

The value-added tax paid in one member state on goods which then enter inter-EEC trade can be recovered upon submission of proof that the VAT has subsequently been paid in another member state.

Value-added tax is assessed on the duty-paid value of imported goods. Current rates charged by member states of the Community may be obtained from the European Community Trade Policy Division of External Affairs and International Trade Canada. Inquiries should, if possible, contain a detailed product description, including the HS number and the country of destination.

Competition Policy of the EEC

The competition policy of the Community outlaws restrictive agreements such as market sharing and provides that "dominant positions" not be abused.

The Commission's authority stems from the Treaty of Rome, which prohibits restrictive trading arrangements including those which fix prices, limit production and delineate markets without benefiting the consumer. These regulations apply to domestic agreements between two or more national companies, and to arrangements between EEC firms and those in third countries. The Treaty of Rome prohibits any "abuse of a dominant position" within the EEC insofar as it affects trade between member states. However, the treaty does not define "dominant position."

Community law on restrictive and abusive practices exists side by side with national regulations in this field, and this had led to misunderstandings in the past. Where conflicts

occur, the matter is resolved according to guiding principles established by the European Court of Justice. Community law has primacy and must be fully and uniformly applied throughout the Common Market.

Harmonization of Industrial Standards

The community regards the diverse standards of member countries as technical obstacles to trade and has a continuing program for harmonizing standards.

The Community has undertaken a comprehensive review of all the physical, technical and fiscal barriers that stand in the way of trade, industry and people operating on a Community-wide basis, and in June 1985 published a white paper setting out a comprehensive and integrated package of 300 proposals to remove these barriers and thus effectively create a single market in Europe. The white paper was presented to the European Community heads of government, who endorsed the plan and gave their commitment to "achieving completely and effectively the conditions for a single market . . . by 1992 at the latest."

Many of the broad proposals listed in the white paper have been adopted. In the industrial sector, specific directives have been issued by the European Community Council. Enforcing EEC standards is the responsibility of each member state.

Of the standards that have already been harmonized, the major portion relates to highway truck carriers, automobiles, agricultural tractors and meteorological equipment. It is generally accepted that national standards will remain in effect until a directive has been approved by the Council and published in the EEC's official journal as a regulation.

Exporters of industrial goods or equipment can continue to rely on their customers for guidance as to the standards that must be complied with on shipments to Europe. Should advice be received of alterations or modifications to be made to goods for export to the Community, interested parties can contact the relevant industry sector branch of Industry, Science and Technology Canada for verification of the EEC regulation or clarification of the specific directive.

The EEC Common Agricultural Policy

Since its introduction in 1962, the Common Agricultural Policy (CAP) has had a major influence on agricultural production and trade both in the member states of the European Community and worldwide. The fundamental elements

of this policy involve the abolition of barriers to intra-Community trade, the provision of internal support for market prices and the establishment of common border regulations for imports and exports.

Through intervention agencies, which buy up agricultural commodities at predetermined price levels, the European Community has supported domestic market prices for most agricultural commodities at levels generally well above world market prices. It protects its domestic market from foreign competition by using variable import levies which prevent foreign goods from being sold at prices below those charged locally and which ensure that imports only fill gaps which cannot be covered by Community production.

High domestic prices have stimulated agricultural production in the Community and surpluses have been accumulated for a variety of products including beef, milk powder and butter. To enable Community exporters to sell competitively on world markets, a "restitution" (subsidy) is paid to bridge the gap between high Community price levels and lower world prices. In some instances, this has given European Community agricultural exports a competitive advantage in third markets over those from other countries.

The Common Agricultural Policy (CAP) is financed through the European Agricultural Guidance and Guarantee Fund which derives about two-thirds of its revenue from customs duties and agricultural import levies and the remaining one-third from contributions assessed on the member states.

Although the European Community is Canada's largest export market for agricultural products, the CAP of the Community makes it a difficult one.

II. BELGIUM — LUXEMBOURG

General Information

Belgium is a modern, highly developed industrialized country with an expanding services sector and relatively shrinking industrial production and traditional manufacturing sectors.

Dependent on raw materials, Belgium built its economy on the strength and efficiency of its transformation industries. Excellent location at the gateway to Northern Europe is still a major benefit. Since 1975, the contributions of steel, metal working, machinery and transport equipment have been declining while electronics, fine chemicals, pharmaceuticals, agri-food business and the service trades are taking their place. Trade with Canada is only starting to reflect recent trends. Canada's major exports remain minerals, forest products and foodstuffs, and Belgium's shipments concentrate on steel products, machinery, transport equipment, chemicals, pharmaceuticals and diamonds.

Despite only 10 million people, Belgium ranks 10th worldwide by value of exports and imports, and with 70 per cent of its gross national product (GNP) accounted for by foreign trade has the most open economy of the industrialized world. There are very few constraints on trade peculiar to Belgium. Of course, as a member of the EEC, Belgium applies the Common External Tariff (CET). Within the EC area and especially for the three neighbouring countries, Germany, France and the Netherlands, Belgium is an important transshipment point. The country also serves as a manufacturing base for distribution throughout Western Europe. As a test market it is a good representative for its larger neighbours. These characteristics plus the facility of using French or English for business discussions combine to give Canadian exporters an excellent starting point for sales and/or investment in a unified European market.

Some understanding of the political realities within Belgium could be helpful. The country is divided between Flemish (Dutch) speaking people in the north and French-speaking Walloons in the south. There is also a small German-speaking area in the east. As historically, there has been friction between Flemings and Walloons, Belgium is introducing a federal system of government to allow each language/culture group to have greater independence. Brussels, the capital, is officially bilingual and has a separate status. Sensitivity to regional differences is important for anyone wishing to do business in Belgium.

Complete statistical information on the Belgian economy and industry is readily available from government sources, banks or trade associations. The various trade associations are a particularly good source of information on specific manufacturing and service sectors of the economy.

Selling to the Belgian Market

As open to trade as Belgium may be, it is also a highly competitive and sophisticated market allowing duty-free access for products of its neighbours in the EEC as well as the European Free Trade Area (EFTA) countries for non-agricultural products and preferential arrangements for many developing countries. Canadian firms that hope to sell there must overcome the Common External Tariff (CET) as well as compete on the basis of quality, price and delivery.

How then does one approach this market? We cannot attempt to provide an answer which will meet everyone's needs since different products are sold in different ways, and each manufacturer has a preferred method of operation. In some cases, direct sales may be the best approach, particularly when you are selling to a large retail chain or have only a few major industrial accounts.

More typically, Canadian firms use the services of an agent or importer/distributor. There are many such organizations in Belgium but the exporter must be careful to select the best firm to do the job. Because of the competitiveness of the market, it can sometimes be difficult to locate suitable representatives who are not already fully committed.

While some representatives confine themselves to specific regions of the country, most represent the whole of Belgium and many cover Luxembourg as well. A few of the larger firms may have affiliated organizations in the Netherlands, northern France or West Germany, but this is less common. Due to the relatively small size of the market they serve, most distributors tend to be less specialized in their product lines than they would be, for example, in the United States.

Consider the matter of appointing an agent or representative carefully. Agency agreements are binding on the parties concerned and can only be terminated in accordance with existing local laws. Limited term agreements with a trial period should be considered, while open-end agreements should be avoided. It is wise to use the service of competent legal advice before making a commitment.

Experience has shown that the best way to select a distributor is face to face. Letters, brochures and credit reports have their place but don't allow the prospective representative to question you directly about your product, nor do they permit you to size up the distributor and gauge the enthusiasm that will be brought to promoting your product. The Commercial Division of the Canadian Embassy in Brussels will advise and assist in arranging appointments with suitable prospective representatives.

Direct contact may also be obtained through participation in, or visits to trade fairs. While there are many local and a few important international trade shows held each year in Belgium, many Canadian firms find they also obtain good results by exhibiting at the large international fairs held regularly in other European countries, particularly in West Germany, France and the Netherlands. The best, most aggressive Belgian agents usually attend these fairs.

There may be a temptation to think of the Belgian market as an extension of the French, Dutch or German markets. However, for most suppliers, Belgium provides a separate market which requires an individual approach.

Certainly Belgium has many of the characteristics of other northern European markets and for that reason many companies find it attractive to concentrate on Belgium for their initial effort into Europe. Experience in this market often provides valuable preparation for the French or West German markets.

When to Visit

While welcome all year, it is preferable to avoid July/August (summer holidays); the period between 20 December and 6 January; the week before and the week after Easter; and the following public holidays.

New Year's Day — *1 January*
Easter Sunday and Easter Monday
Labour Day — *1 May*
Ascension Day — *March - April†*
Whit Sunday — *March - April†*
Dutch-speaking Community Day — *11 July*
National Commemoration Day — *21 July*
Assumption — *15 August*
French-speaking Community Day — *27 September*
All Saints' Day — *1 November and 2 November**
Armistice — *11 November*
Dynasty Day — King's official birthday — *15 November**
Christmas Day — *25 December and 26 December**

† Date set by lunar calendar
* Only government offices closed

National Regulations

In Belgium, many products are subject to national regulations derived largely from EEC directives (e.g., labelling, packaging and advertising of prepared foodstuffs for retail sale). These regulations apply, in particular, to foodstuffs, live plants, cigarettes, pharmaceutical and medical products, cosmetics, textiles, machinery and appliances. Regulations governing prelabelled products apply to packaged products when they are intended for consumption: foodstuffs, body care, washing and cleaning products, maintenance products for leather and furniture, mineral oils and other fuels, and ready-to-use paints and varnishes.

Marks of Origin. Foreign goods that have markings or inscriptions which would falsely imply that the goods are of Belgian origin are prohibited for import, export or transit.

Before they can be sold, all weights, measures, and instruments and apparatus for weighing, measuring and counting must bear a certificate identifying the producer or importer and a primary control stamp from the Belgian government.

Certificates. Sanitary certificates from Agriculture Canada and signed by a veterinary officer are required for meats and meat preparations, offals and rendered fats.

Agricultural produce must be accompanied by a phytosanitary certificate, in French, issued by Agriculture Canada.

Sanitary inspection certificates signed by officers of the Inspection Services Directorate of Fisheries and Oceans Canada are required for imports of edible fish and fish products.

Samples. Samples of negligible value are admitted duty-free and exempt from tax.

For trade samples or goods imported for a specific purpose on a temporary basis, duty and tax may be paid upon entry, and a refund claim filed for reimbursement upon proof of export. Canadian exporters may avail themselves of the ATA Carnet to cover commercial samples used for display or in taking orders (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

III. BRITAIN (U.K.)

The Canada–U.K. Environment

Even though the U.K. remains Canada's third largest bilateral trading partner and most important customer in Europe, Canadian exporters must appreciate the reality of the U.K.'s greater involvement in Europe, and intensify efforts to promote effective and long-term trading relationships with the country.

Canada's preferred access to the U.K. market is a thing of the past. The product and the price must now overcome EEC tariffs and possibly other trade restrictions and still be competitive with high-quality European goods and services that enter the U.K. duty-free.

Generally, attitudes toward doing business with Canada are positive but misconceptions of Canada as essentially a supplier of industrial raw materials, forest products and grain are still widely held. Similarly, some Canadians have equated the U.K. with outdated, inefficient industrial processes and are not themselves aware of the scale of the transformation taking place.

While stereotyped impressions are breaking down and more realism is developing in the relationship, the degree and diversity of trade interdependence remain far below potential.

Population and Environmental Characteristics

The U.K. (England, Wales, Scotland and Northern Ireland), with a population of 56 million, is 1 000 km from the south coast to the extreme north of Scotland and 500 km across at the widest point. Transportation facilities and services are excellent with major sea ports in London, Liverpool and Southampton; a railway system between all main cities and towns, probably more kilometres of roadway for its area than any other country; and numerous international and domestic airports.

Important population/marketing areas include greater London (7 million), West Midlands (2.4 million), greater Birmingham (2.3 million), Tyneside (Newcastle) (797 000) and West Yorkshire (Leeds and Bradford) (1.7 million). In England,

approximately four out of five people live in urban or suburban areas. In Scotland and Wales the number of city dwellers is lower. Population growth in the U.K. has stood at less than 0.5 per cent per year. Eighty per cent of the land is developed for agriculture. Major natural resources include offshore oil, gas and coal.

Economy

The U.K. gross domestic product (GDP) in 1988 was £400 billion thus ranking fifth in size among Western nations, although ninth in terms of per capita GDP.

The government has introduced a large-scale privatization program and many organizations previously under government ownership have returned to the private sector. Steel, transport, oil and gas, telecommunications and power have all figured prominently in this scheme.

The maturation of the offshore oil and gas industries, the growth in the service industries (especially financial services) leading to an expanding invisible trade surplus, the rapid development of electronic and micro-electronic technologies, and industry preparation for the single European market have dominated recent trends.

Economic recovery started in mid-1981 and has continued through 1988 to produce a real increase in GDP of over four per cent. The immediate outlook is for continued growth at a diminished rate.

Trade Policy and Characteristics

Foreign trade is within the competence of the EEC. Tariff levels applying to Canadian exports to the U.K. are those of the Common Customs Tariff established by the EEC.

In effect, Canadian products now enter Britain at the same rates as those applied to products from the United States, Japan and Australia. In contrast, industrial products from members of the Common Market and EFTA benefit from duty-free entry into the U.K.

In addition, a range of products can enter the U.K. from less developed countries under the general preferential scheme for such countries.

British import duties are for the most part assessed on an ad valorem basis that includes freight, insurance, commission and all other charges to the port or place of importation. The invoice price, if negotiated under open market conditions, is usually accepted as the normal price for establishing dutiable value. Duties are payable in British currency at the rate of exchange prevailing at the time the goods clear Customs.

Membership in the EEC has resulted in both a changed composition and a re-orientation of U.K. overseas trade. Twenty years ago, less than 30 per cent of total U.K. trade was with the "enlarged" EEC; the figure is now 50 per cent. Also 20 years ago, manufactures made up 44 per cent of U.K. imports and 84 per cent of U.K. exports; the figures now stand at 73 per cent and 75 per cent respectively. The trend has been one of increasing concentration on trade within the EEC together with the establishment of multinational manufacturing companies with rationalized production throughout the Common Market.

Some restrictions of a non-tariff nature are still specific to the U.K. These concern primarily animal and plant health regulations and certain quantitative controls, mainly affecting textiles from low-cost supplying countries. Informal international industry-to-industry restraints, as distinct from community action at the government level, are also in effect against such items as Japanese automobiles. Canadian exporters, when confronted with various national standards and approval boards (especially in the electrical and electronics field), as well as health and safety regulations, often experience difficulty competing with domestic U.K. suppliers.

Government Procurement

The British government has implemented the government procurement codes agreed to under the Multilateral Trade Negotiations. The codes provide that:

- countries will not discriminate in their government purchases against goods produced abroad when such purchases exceed £200 000;
- countries must openly publish invitations to bid, supply all documentation necessary to bid and apply the same purchasing criteria to foreign and domestic firms; and
- countries must provide full information and explanations at every stage of the procurement process. This agreement does not apply to services.

Characteristics of Bilateral Trade

Two-way trade now tops the C$8 billion mark with Britain enjoying a healthy but declining surplus (C$1.1 billion) at the present time. Strong U.K. export growth to Canada and new prospects under the FTA are leading to broader business co-operation and expanded U.K. investment interest in Canada.

The U.K. is a major market for Canadian exports with only the U.S. and Japan having larger market shares. The U.K. accounts for approximately 35 per cent of our exports to the EEC. Sales of resource and agricultural products, which traditionally make up 85 per cent of our total sales, remain price sensitive. Canadian exporters seem to have overcome the downward trend that began in the early 1980s due to the higher value of the Canadian dollar and the contraction of the traditional heavy industrial component of British manufacturing. The effects of the EC Common Agricultural Policy (CAP) continue to present a market challenge to those trying to export agricultural products.

Many Canadian exports are exchange-rate sensitive and prospects will vary with currency movements. Over the past two years, opportunities have emerged from significant domestic market restructuring, privatization, modernization and overall economic growth.

There continue to be dynamic prospects for business co-operation in the high-technology/telecommunications sector, with Canadian exports in this area growing at a rate of approximately 15 per cent annually over the past four years. Coupled with this, there is increasing manufacturing by subsidiaries of Canadian firms. Canada is making strides in the area of telecommunications, computers and computer hardware, and selected defence products. There are now over 100 inter-firm agreements to share technology and know-how. This cross fertilization can be vital to Canadian firms seeking to expand into the Common Market, especially as the EEC progresses towards its target of a truly integrated market by 1992.

Exporting to the U.K.

It would be wise to realize at the outset that in Britain things are often not done the same as in Canada. British businesspersons are usually more cautious than their Canadian counterparts. They may need more convincing if for no other reason than their concern about the physical distance between the two countries. While British businesspersons tend to think in global terms, their preconceptions about Canada may lead them to be skeptical about the quality of your product. They are open to suggestions quietly put, but will insist on comprehensive information on your product, as well as the background of your company. Also, British reserve is not a myth — good business practice allows for reflection. The experienced exporter will take account of this national characteristic.

Experience has demonstrated that successful exporters usually pay regular visits to Britain, and certainly a personal on-the-spot investigation is invaluable in assessing the market potential and establishing solid and fruitful contacts. Appropriate timing should be considered. The main holiday season, from early July to early September, should generally be avoided.

It may be advantageous to plan a visit to coincide with a trade fair or exhibition of particular interest. London used to be the main venue for national and international exhibitions, but the National Exhibition Centre in Birmingham is now attracting a number of major events.

Hotel accommodation should be booked well in advance of arrival, particularly in London. Until recently, hotel prices included an English breakfast, but this is no longer so. In some cases a continental breakfast is included in the price, but breakfast is generally an additional charge.

Car rental charges are generally double the Canadian level but vary according to rental company and car size. Unless you have a particularly stout heart, it might be wise to consider using the very adequate public transport (trains, taxis and the London "tube") rather than running the gauntlet of dense British traffic where the driving is on the "wrong" side of the road.

London is one of the world capitals where the gourmet may experience foods from many nations. The British haven't forgotten their traditional dishes either. Roast beef and Dover sole are in abundance. However, dining out, especially in London, can be expensive.

On the subject of tipping, the British are not difficult, but a 10 to 15 per cent tip is usually expected. In pubs tips are not usually given for service at the bar.

Most visitors will find it useful to call upon the Agent General for their province. Alberta, British Columbia, Nova Scotia, Ontario, Quebec and Saskatchewan all have permanent offices in central London. The provincial offices

offer services to business visitors and the Commercial Division of the Canadian High Commission works closely with them.

Canadian banks also have extensive representation in London. While personal banking services are limited, they offer a complete range of banking services for business. The Bank of Montreal, Bank of Nova Scotia, National Bank of Canada, Canadian Imperial Bank of Commerce, Royal Bank of Canada and Toronto Dominion Bank have branches in the U.K.

Because London is an international business and financial centre, there are several other Canadian organizations with a local presence that the visitor may find useful. These include investment houses and insurance companies; law firms; publishing houses; advertising agencies; airlines; shipping and rail companies; and print and broadcast media. A complete list of Canadian companies in the U.K. is available from the Canadian High Commission. There is also an active Canada/U.K. Chamber of Commerce which is strongly supportive of trade and investment flows between the two countries.

Some of the more important points to remember when studying the British markets are listed below.

Demand for the Product. Determine the extent to which a product may need to be adapted to meet local tastes and regulations. Be prepared to be flexible if you are serious about selling in Britain.

Tariff and Other Trade Access Regulations. These are available from the European Community Trade Policy Division of External Affairs and International Trade Canada and are necessary for the development of c.i.f. prices to a U.K. port.

Domestic and Foreign Competition. If you don't already have a good knowledge of the competition, enquire at the Canadian High Commission in London.

Stereotypical Views. Although Canadians are seen by the British as "trustworthy" business partners, Canada is viewed as geographically remote and more as a traditional supplier of raw materials than as a modern hi-tech industrial society. Extra effort must be made to convince the British buyer of Canada's capacity to supply a quality product and to support it with good after-sales service.

Distribution Channels. Many successful exporters to Britain have found it necessary to adapt to British methods of distribution, which are not always the same as in Canada. A little research will give you a good indication of whether an agent, a stocking distributor, a direct sales program to chain organizations, or a small branch sales operation would be the most efficient and effective distributor. Again, the Commercial Division of the Canadian High Commission can provide guidance.

In summary, Britain, as one would expect, is an active and mature market, a niche market, but a rewarding one for those who are competitive and persistent and who have the resources to take the long-term view.

IV. DENMARK

Denmark is principally a secondary manufacturing country with at least the technological capacity of Canada. Denmark has a free enterprise economy and the great majority of businesses are privately owned. Manufacturing, the most dynamic sector, is made up mainly of small but highly specialized units. Traditional aquacultural production has been successfully expanded into an advanced food processing industry. In addition, the brewing industry and the metal-working industry, particularly machinery fabrication, have attained importance. The "newer" industries such as plastics, pharmaceuticals, chemicals and electronics are thriving. Denmark is a good market for Canadian products and has not been fully exploited.

Because of the country's size and the compactness of the market, foreign firms generally appoint one exclusive representative for Denmark. There can be occasions when a local firm asks for representation for all Scandinavian countries because it deems the Danish market too small to warrant its activities. Canadian exporters are advised to consult the commercial counsellor at the Canadian Embassy in such instances before granting the representation. Remuneration of a representative may take the form of commission only, salary only, or a combination thereof.

Correspondence supported by adequate price and product information may be sufficient to attract initial interest. Business letters in English are generally acceptable (very few Danes speak or write French).

Prices should be quoted in Canadian or U.S. dollars, preferably c.i.f. Copenhagen, to permit comparison with competing goods. Pricing decisions should be made with a precise and up-to-date awareness of the combined impact of currency exchange rates and ocean freight rates on your products' competitiveness relative to those of nearer European suppliers.

There is no standard method of payment in Denmark. Payment on sight or within 30 to 60 days is usual. For capital goods, payment is within 90 to 120 days, occasionally 180 days. Quotations should be accompanied by an adequate supply of descriptive literature and samples for distribution to potentially interested agents and/or buyers.

Trip Preparation

When planning your visit to Denmark, advise the Commercial Division of the Canadian Embassy in Copenhagen well in advance. Please state the objective of your visit and the type of company you wish to call on, and send several sets of literature with a c.i.f. Copenhagen price list, your terms of payment and delivery, agent's commission and other relevant data. With this material at hand, the Commercial Division will be pleased to assess the potential for your products and, if suitable, set up a program of appointments for you.

Visitors to Denmark should ask their travel agents to make all travelling and hotel reservations well in advance as hotel accommodation can be difficult to obtain. Visitors planning to come during the May to September period would be well advised to arrange for hotel accommodation several months ahead. However, in July it is virtually impossible to do business in Denmark as firms close for extended periods. You will find that samples convey a more eloquent sales message than even the most handsomely printed literature, so whenever possible bring them along. Business cards are a must.

"Wonderful" Copenhagen is the tenth most expensive European capital. First-class hotels and restaurants are expensive by Canadian standards. Prices already include a 22 per cent value-added tax, plus a 15 per cent service charge.

The most practical way to get around Copenhagen is by taxi, and normally you can go from one appointment to the next in 20 minutes or less. Do not tip as this is included in the price shown on the taximeter.

For visits out of town, there are frequent scheduled flights to 13 provincial airports and a good range of train connections. At times it is more convenient to drive a rented car.

When should you come and how long should you stay? The best months are September to May; two or three days are usually adequate for your visit.

We suggest you advise the Commercial Division of the Canadian Embassy in advance of your visit and, on arrival, you can be briefed before starting on your round of calls. It is a must to arrive punctually for all your appointments. Should it not be possible to keep an appointment, cancel it by telephone.

National Regulations

Labelling Standards. With the country being a member of the EEC, harmonized legislation is becoming more and more prevalent in Denmark. However, some national rules still exist and the exporter should confer with the importer as to Danish requirements. It is also the responsibility of the importer to acquire veterinary and other import certificates where necessary. A list of prohibited additives in foodstuffs is available from the Commercial Division of the Canadian Embassy in Denmark.

Samples. Samples of negligible value or unfit for use may be imported free of customs charges into Denmark. Regular travellers' samples may be admitted without recourse to the customs tariff for a period of one year if a surety bond is deposited, subject to refund when the samples are exported.

Alternatively, trade samples or goods imported for a specific purpose on a temporary basis may be duty and tax paid upon entry and a refund claim filed for reimbursement of these charges upon proof of export. Importers wishing to avail themselves of this system must make prior arrangements with Danish Customs authorities.

Canadian exporters may avail themselves of the ATA Carnet to cover commercial samples used for display or in taking orders (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

V. FRANCE

Many Canadians may be surprised to learn that France, with a GNP approximately twice that of Canada, is the fourth largest industrialized nation in the Western world. For example, it is the Western world's third largest importer of petrol, machinery and transportation equipment, third largest consumer of meat and buyer of passenger cars, and is second in aeronautical manufacture.

With this in mind, you may wish to promote your products in this market and the best way is in person. The following hints may be helpful in your preparations.

- Be specific in describing the objectives of your visit to trade commissioners, potential clients and others.
- Be on time for appointments. The French work by the clock and first judgement is based on punctuality.
- Be prepared to talk prices, quantities and delivery preferably in local terms.
- Be thorough in your follow-up. Both your potential agent/client (and the trade commissioners if you wish them to help) need prompt, comprehensive replies.

The Business Visit

Trip Preparations. France does not require that Canadian visitors obtain visas.

The following factors should be considered:

- seasonal aspects (if applicable);
- holidays: the French are all on holidays in August and it is unwise to plan a business visit during that month unless prior appointments have been made.

A business trip could also be planned to coincide with a commercial exhibition involving the trade you may wish to contract; France has at least 60 international events a year of this kind, with professional attendance averaging 60 000 a show. Check with the Commercial Division of the Canadian Embassy in Paris for appropriate trade shows and schedules of exhibitions. If you visit during a show, book your hotel well in advance as there is often a shortage of rooms.

Who Should Go? French ways of thinking and negotiating practices are unlike those of Canadians. Thus the choice of who should make the trip is of utmost importance. Depending on the purpose and the organization of your firm, it would be advisable to choose the business manager or the chief of export sales for market survey or sales promotion; a competent technical expert or an engineer if technical considerations are paramount; or the head of the firm if an important contract is to be signed.

The person chosen should be briefed on the business practices, geography and history of France. A keen interest in doing business with France should be evident to the prospective client — the French respect a healthy aggressiveness and an appreciation of their market. They also appreciate adaptation to local social graces, whether this means religiously shaking hands on meeting and parting, using titles rather than names (Monsieur le Directeur rather than Monsieur Smith), or attending a two-and-a-half hour lunch. First names are seldom used.

The English-speaking Canadian businessperson is well advised to have an interpreter if a French host cannot speak English. If your French is barely passable, don't use it because it could negotiate you into a jam.

Canadians should be familiar with their business, products and competitors; have practical selling experience; have some knowledge of financial and legal matters (the Canadian trade commissioners in Paris can recommend Canadian lawyers practising locally who are proficient in French legal requirements); and be familiar with the procedures of French and international trade.

Your Product. Quality, price and presentation are essential everywhere. You should also be aware of import regulations, duties and taxes, standards (CSA approval is not automatically accepted at CSA's equivalent, AFNOR), packing requirements, local production, import and export statistics, distribution methods, and consumer habits and tastes. One of the purposes of your trip will be to determine whether any adaptations or changes to your product are necessary.

Literature. It is important that you provide sales and technical brochures. These should be in French and units of measurement in metric units.

If you want the trade commissioner to assist you in linking up potential customers, agents or distributors, you should send a dozen sets of your literature with prices to allow them to canvass the trade effectively. Phone calls sometimes work, but the prospective French client prefers to have documentation in hand before agreeing to a meeting. Such literature should be sent to the trade commissioner as far in advance as possible (at least two months prior to your trip). For your visit bring:

- catalogues and price lists (French francs and dollars, both f.o.b. and c.i.f.);
- technical specifications;
- references;
- samples (if appropriate);
- business cards (lots of them and in French, if possible); and
- your firm's stationery and letterhead.

Representation. Representatives, distributors and agents in France are often wary and misinformed about Canadian suppliers. The North American habit of imposing large quotas for first year sales, as well as 30-day payment terms, tend to get short shrift. The French custom is to test the market slowly and to pay even more slowly — 90 to 120 days is not uncommon.

There are intricate laws governing the legal relationships between principals and representatives, salespersons and agents, and rescinding an agreement is complex and costly. Before appointing a representative or a commercial agent, check with a French lawyer or ask the trade commissioner for some advice. One suggestion is to agree to a one-year trial period.

Follow-up. Upon returning to Canada, you should send a thank you letter to all the people you met on business; confirm any arrangements agreed upon or discussed at meetings (the French are more sensitive than most Europeans about lack of follow-up); and send copies of relevant correspondence (agency agreements, problems which could be solved by a local call) to the trade commissioner.

Miscellaneous. The Royal Bank of Canada, the Canadian Imperial Bank of Commerce, the National Bank of Canada, the Bank of Montreal and the Bank of Nova Scotia have resident representatives.

Other Canadian services with offices in Paris include several law firms, stockbrokers, insurance companies, one advertising agency, two consulting engineers, a computer rental company, a firm offering computer time and services, and transportation firms such as Air Canada, Canadian Airlines International, Wardair, Canadian National and Canadian Pacific shipping.

National Regulations

Labelling. For all consumer products, it is compulsory that the directions for use and warranty certificate be in French and the measures in metric units. Special labelling requirements apply to fresh fruit and vegetables, preserved and semi-preserved fruits and vegetables, quick frozen foods, food additives, coffee, and textiles. Electric motors must be labelled indicating their conformity to EEC standards.

Fresh fruit and vegetables from Canada and other countries must be labelled as to country of origin, variety, quality and class according to the EEC grading system. Preserved and semi-preserved fruits and vegetables must bear the date of manufacture on the outer wrapper or container.

Prepackaged foods must be marked with an optimal date of utilization.

Any product illegally bearing a trademark, trade name, or commercial mark is subject to seizure at the time of importation.

Hallmarking. Articles of gold, silver or platinum may be imported into France only when they meet the standard requirement by law for similar articles of French manufacture. Such importations, even of semi-manufactured articles, must be sent under bond to the Bureau de la Garantie in any major city to be assayed and stamped.

Certificates. Certificates of origin are required for shipments processed or transformed in countries other than the country of origin, natural mineral waters, certain carpets and rugs, coffee and textile items. Certificates of origin may be certified by the Canadian Chamber of Commerce or a board of trade.

French regulations specify that an indication of origin must appear on all foreign products, natural or manufactured, which bear on their packing or their labelling a trademark, name, sign, or any other indication that might give the impression that the products are of French origin. Corrective marks of origin must be in French (i.e., Importé du Canada or Fabriqué au Canada) and no abbreviations are acceptable.

Health or sanitary certificates are required for food products of animal or marine origin and for fresh fruit. Importations of live horses, asses, cattle, goats, embryos and other such animals, poultry, game birds and hatching eggs require a health certificate signed by an official of Agriculture Canada.

Plant and shrub shipments must be accompanied by a phytosanitary certificate signed by an official of Agriculture Canada. Fodder plant seeds require a certificate of purity. It is advisable to contact the Food Production and Inspection Branch of Agriculture Canada, for animals and animal products and for plants and plant products, either in Ottawa or at the office in your region to determine the conditions that must be met.

All industrial machinery must be certified as conforming to the French Labour Code, although a declaration from the exporter is adequate for this purpose. Because of the strictness of Canadian regulations, most machinery produced in Canada meets French standards. Any machinery that could be considered unsafe due to exposed blades, chains or gears, must be approved for safe operation.

Documents accompanying imports must be available in French. Under the legislation, however, a translation by the importer at the time of entry of the products is acceptable.

Samples. Samples of commercial value, belonging to travellers but not included in their baggage, that are imported under temporary duty-free admission procedures must be proved to be intended for the commercial traveller by means of the "carte professionnelle."

All commercial travellers in France, regardless of nationality, must hold a "carte professionnelle." For further information, contact the French Embassy or consulate.

Alternatively, trade samples or goods imported for a specific purpose on a temporary basis may be duty- and tax-paid upon entry and a refund claim filed for reimbursement of these charges, upon proof of export. Importers wishing to avail themselves of this system, must make prior arrangements with Customs authorities.

France is a signatory to the Customs Convention concerning the ATA Carnet for the temporary admission of goods which provides that samples of goods accompanied by a Carnet may be carried through foreign customs without posting bond at each border. These Carnets are issued in Canada by Carnet Canada (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Special Regulations. France has special regulations governing a number of commodities including aerosols, pesticides, foodstuffs, honey, bees, vehicles, cosmetics, additives, hazardous substances, aircraft, refrigerators, toys and lumber.

VI. THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY

General Information

Whether it is the stylized star on the hood of a Mercedes, the word LEICA engraved on a 35 mm camera or simply the words "Made in Germany" printed on a package of Bayer medicine, German products are internationally recognized for their high quality and dependability. To a consumer, these attributes are normally associated solely with product itself.

Germany (F.R.G.) is the second largest trading nation in the world because of a reputation for delivering on schedule, meeting contracted standards of quality and ensuring quick, efficient after-sales service.

It is not surprising that German buyers expect these same attributes to be associated with goods offered from abroad. Between the broad German industrial base and the wide spectrum of freely imported goods, Germany is a buyer's market. While such a degree of competition may discourage many suppliers, a market for imported goods in excess of $270 billion (currently Europe's largest import market) makes the effort worthwhile.

Preparations. The exporter needs to be very well prepared before attempting to launch a product into the German market. As a first step, exporters should contact one of the Canadian trade offices in Germany. This can best be done by sending detailed literature including all relevant pricing information for redistribution, and permitting sufficient time for the trade commissioner to canvass the market. Where feasible, literature should be printed in German and measurement given in metric units.

Whom to Contact. In order to give exporters a comprehensive market overview without having to contact three different posts, the trade offices in Germany have adopted the "Prime Post" system in which each office has overall responsibility for particular products. The following should be used as a guide in determining the initial contact point.

When in doubt, exporters can depend on the mission to make any necessary reroutings.

Düsseldorf
- health care products
- fish and food products
- electrical energy, oil and gas
- most machinery
- forest products
- minerals and metals
- consulting services, capital project co-operation
- clothing and furniture
- furs and textiles
- environmental machinery

Bonn
- defence products
- basic telecommunications equipment and services
- bulk chemicals
- bulk agricultural commodities
- books, musical instruments
- shipbuilding and ocean industries
- security equipment
- policy and regulatory matters
- environment technology and services

Munich
- aerospace
- automotive and surface transportation equipment
- electrical and electronic products
- computers and computer software
- leisure and recreational products
- medical equipment and instruments
- film, video and sound recording equipment and services
- enhanced telecommunications equipment and services

About the Market. The German market is too large and diverse to approach as a single unit. Although for some products, such as precious jewellery, a major share of the wholesale market is concentrated in one geographic area, it is more generally true that specific markets are spread throughout the country. The area or areas of concentration should be chosen carefully.

Market Penetration. By far the best sales vehicle for the German market is the appropriate vertical trade fair combined with individual marketing itineraries. Germany has more world-class specialized industrial trade fairs than any other country, with marketing opportunities that go beyond the German market. Because of the established international reputation of German trade fairs, the impact of one's exhibit extends well beyond the F.R.G., throughout Western Europe and, in many cases, to markets as far afield as the Pacific Rim. Detailed information on major fairs is readily available from any of the three Canadian trade missions in Germany or from the Western Europe Trade, Investment and Technology Division of External Affairs and International Trade Canada in Ottawa.

Depending on the nature of the product and the schedule of trade fairs, it may be more effective to plan a business visit to Germany or invite German buyers to your facilities in Canada. Canadian export assistance programs are available in both cases. In addition, there are a number of organizations, industrial associations, and trade journals which can facilitate market research. Canadian exhibitors and business visitors to trade fairs are able to obtain VAT refunds for costs of goods and services.

Channels. Food products and raw materials normally enter the German market at the bottom of the distribution chain while capital goods and semi-processed materials are well divided between importers and end-users. Consumer products face the broadest spectrum ranging from importers, agents and wholesalers to department stores, mail-order houses and buying co-operatives. Naturally, each intermediary in the chain adds to the total mark-up. For many products, however, the broader market exposure and specialized services provided by intermediaries make their use economically advantageous. The German Armed Forces procure directly through the German Army Procurement Office (BWB) in Koblenz. The Embassy can facilitate contact with this organization.

When to Visit. Vacations are important to German businesspersons and offices are often left with skeleton staff during the summer. Consequently, visits during July and August are ill-advised. In addition, established purchasing habits and seasonal considerations, particularly for consumer goods, are important factors to consider in scheduling your visit. The trade office should be consulted for advice in this regard. Where practical, it is often advantageous to pick a time for your visit which coincides with an appropriate trade fair.

Other Considerations. As a German buyer's impressions of the product and its supplier are often of equal importance, the visiting Canadian exporter should be prepared to demonstrate the following attributes:

Awareness of Local Customs
Punctuality, politeness and a degree of formality are more highly significant to German businesspersons than to their North American counterparts. Lack of adherence to these established norms may jeopardize the outcome of an important initial meeting.

Competence
It is not enough to carry samples and an ex-factory price list. A thorough knowledge of your product including delivery periods, shipping costs, service requirements, extent of distributor support and performance characteristics, is essential. A list of references is also useful. It is important that the Canadian exporter have evidence of past export success or at least an established Canadian market. While German buyers will normally convert prices to deutschmarks (DM) and add in relevant duties and taxes, some knowledge of these factors is desirable.

Flexibility
Germany is a buyer's market with practices which are sometimes quite different from Canadian norms. Proposals for modified packaging, credit terms, correspondence in German, or for other deviations from your usual business practices should be evaluated in accordance with the expected benefits, rather than being immediately rejected as too demanding.

Realism
The German market is too competitive to be a short-term moneymaker. The pay-off comes through long-term involvement, and all facets of your export program (promotional support, profit objectives, product modifications, etc.) should be formulated with this sort of time frame in mind. Most German businesspersons will not risk their reputation by becoming overly dependent on an unproven supplier. It is the norm for sales to start off slowly, but increase as a company's track record is established.

National Regulations

In general, regulations in Germany are quite manageable. But it is part of an exporter's preparation and an obligation of the importer to meet any regulatory standards concerning contents, labelling, sizing and quality.

Labelling. The Federal Republic of Germany's food labelling ordinance provides that meat and meat products, fish and fish products, crustaceans, molluscs, dairy products, vegetables and vegetable preserves including mushrooms, honey, artificial honey, table syrups, fruits, nuts and preparations of fruit or nuts, egg products, spices, starches, coffee and coffee substitutes, tea, and other similar products be labelled to indicate the name and location of the producer or packer, contents according to the usual trade name, quantity in metric measurement, durability (shelf life), manner of preparation, list of ingredients including additives or keeping agents, etc.

These requirements may be met either by the manufacturer in the exporting country or by the importer in the Federal Republic, following importation of the goods under customs supervision.

Imported goods which fail to conform to the German labelling regulations, or for which no provision has been made prior to their arrival at the port of entry to assure conformity with the regulations, are refused entry. Further information on labelling practices should be obtained from the German importer prior to shipment of the goods, since the German importer is obliged by law to inform the foreign supplier of all labelling or marking requirements and the exact German text to be used.

Certificates of Origin. With the exception of textile products, German regulations do not normally require certificates of origin. Importers may be requested to submit certificates of origin for goods subject to quota restrictions, certain non-liberalized agricultural products, and for other imports subject to preferential tariff treatment. Two copies are required, certified by a recognized chamber of commerce or board of trade. No special form is necessary but whatever is used must be complete with the description of goods and the name and address of the manufacturer and/or shipper, marks and numbers of the packages and their contents, value and mode of transportation. In cases where certificates of origin are not required by law, the German Customs authorities may request proof of origin in the form of shipping documents, invoices, correspondence or other documentary evidence.

Health Certificates. Shipments to Germany of certain fish products, fresh fruit, fresh or processed meats and live plants must be accompanied by a certificate of health

issued in the country of origin, attesting to the fact that the goods are free of disease or parasites. Meats must originate from Canadian export plants approved by the European Community. Fish must be certified as being free of parasites (nematodes).

Sanitary Certificates. Sanitary certificates are required for imports of live or dressed poultry and hatching eggs, game birds, and feathers from domestic poultry or wild birds, certifying that they are free from infectious diseases, including Newcastle disease.

Veterinary certification is mandatory for imports of horses and dairy cattle declaring the exported animals and the herd from which they originated are free of brucellosis and other contagious diseases. Certification is also required for imports of semen.

Samples. Samples of no commercial value and those made unfit for commercial purposes under Customs supervision are admitted free of duty. Samples sent only for testing purposes are also granted duty-free entry. Samples regarded as having commercial value are subject to the same rates of duty as commercial shipments of the same product.

Samples may be admitted under bond and against deposit of the amount of duty for a period of one year. Duties are fully refunded upon export of the samples, which need not take place through the original port of entry (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Alternatively, trade samples or goods imported for a specific purpose on a temporary basis may be duty- and tax-paid upon entry, and a refund claim filed for reimbursement upon proof of export.

Importers wishing to avail themselves of this system must make prior arrangements with Customs authorities.

Import licences are not required for bona fide samples entering Germany in reasonable quantities and which are not intended for sale.

Exemption from customs duties does not apply to roast coffee, coffee, coffee or tea extracts, ethyl alcohol, tobacco products and cigarette paper.

Special Regulations. Special regulations are in effect for some commodities including equipment, chemicals, seeds and planting material, cosmetics, lumber, motor vehicles, meat and fish.

VII. GREECE

Since Greece became a member of the EEC in 1981, there has been a transitional period — different for each sector of the economy — as many Greek tariffs, rules and regulations involving imports have been adjusted to those of the Common Market. More harmonization is still required, especially in the financial sector, and all changes will be completed by 1992. The ultimate result has been improved access for European Community industrial and agricultural goods; however, the present value of the Canadian dollar creates a broad range of export opportunities for Canadian products as well.

General Information

Greece is a relatively small market (9.9 million people) and its economy is characterized by a strong service sector (shipping and tourism) representing 57 per cent of GNP and a small industrial sector representing 19 per cent of GNP. Thus, it must import a broad range of products to fill its needs. The large deficit in the trade balance, approximately US$5.6 billion, is counterbalanced by large positive net receipts from tourism, shipping, EEC contributions and migrants remittances.

Greek import procedures have been greatly simplified by the implementation of the EEC import rules and the elimination of import licences and prior deposits on May 1, 1987, but there are still complex rules and exchange control regulations. Canadian exporters are advised to contact the Commercial Division of the Canadian Embassy in Athens which can provide a broad range of commercial advice and the names of possible agents.

Banking. The Bank of Nova Scotia maintains three branch offices in Greece.

Transport. Air Canada and Canadian Airlines International both maintain sales offices in Athens. Several direct shipping lines also operate.

National Regulations

Import Permits. As a general rule as of May 1, 1987, import licences are no longer issued by the Central Bank of Greece, but by intervening banks. Import licences for specific products are still issued by the Central Bank, depending on whether they are in scarce supply or considered to be high-technology items. Lists of such products are available from the Greek Ministry of Commerce.

Import Foreign Exchange Control. Permission is still required to obtain the foreign exchange necessary for payment. No shipment exceeding specified amounts should be made without prior approval as fines will be imposed by the Greek import authorities. This is extremely important. Before permitting loading, exporters should have an assurance by letter or telex from the consignee that approval has actually been obtained.

Certificates of Origin. In order to obtain minimum or common rates of duty, goods originating in Canada must be covered by a separate certificate of origin issued by a chamber of commerce and/or the Greek Consulate. This certificate must always accompany the shipping documents. For trans-shipped goods, the certificate of origin must be issued by the Greek Consulate. A certified declaration made by a manufacturer on an export invoice may be accepted in place of a separate certificate of origin.

Greek regulations require declarations of origin to be made by the manufacturer or actual exporter and not by an agent or shipping agent on their behalf. Failure to observe this requirement is likely to result in rejection of the certificates by the Greek authorities.

The certificate of origin is a separate and distinct document. A declaration of origin contained on an invoice or other document is not acceptable in its place.

Sanitary Certificates. Shipments of animal and livestock products, including hides and skins, must be accompanied by a sanitary certificate certified by a Greek consul in the country of origin. Agriculture Canada may issue other certificates as required.

Greek import regulations for these products are strict and a full set of regulations applying to the product should be obtained and examined carefully to ensure conformance prior to shipment.

Phytosanitary certificates are required to import plants (fresh vegetables, seeds, potatoes, etc.) and forestry products (i.e., lumber free from endoconaliphora fagaceary

bretz). These must be issued by the Food Production and Inspection Branch of Agriculture Canada and do not require a Greek consular visa.

Labelling. Most products are subject to labelling regulations including textiles, alcoholic beverages, feed, meat, poultry, medicines and pharmaceuticals. Labelling on canned foodstuffs must show contents, composition, metric weight, origin, date of manufacture, name of manufacturer and expiration date. Food containers should include, in Greek, the name and address of the Greek agent, importer or packer, content, net weight or volume in metric and country of manufacture.

Special regulations apply to goods imported into Greece for repacking or reprocessing for retail sale. Goods imported for direct retail sale are not affected unless for personal domestic consumption or use (food, non-alcoholic beverages, soaps, etc.). After testing and approval by the Greek state laboratory, their label must show the name of the manufacturer, brand and contents in Greek, and, if possible, in two foreign languages. The name and address of the Greek agent must also be listed.

Alcoholic beverages must be approved by the Greek state laboratories. A label, indicating origin and alcoholic content (according to Greek regulations) must be issued by this organization and affixed. It is not necessary, however, for the supplier's label and any other identification marks, to be in Greek.

For pharmaceuticals and patent medicines, a circulation permit must be obtained from the National Pharmaceuticals Organization (EOF). These products may be circulated with the same markings and labels as used in the country of origin and should list contents by percentages, manufacturer's name, brand name and address of the agent in Greece. The retail price must also be listed on a perforated label which can be removed to support claims for reimbursement from social insurance funds.

Samples. Samples of goods of no commercial value are admitted duty- and tax-free. Each importer/representative is granted an exemption from duty for samples of values up to 4000 dracmae per year. Other kinds of samples are subject to import charges unless they are made unfit for sale as merchandise but not to the extent of destroying their usefulness as samples.

Samples of value, when carried or temporarily imported, may be cleared through customs against a cash deposit or an acceptable bond to cover the amount of duty and taxes involved. The deposit is refunded or the bond released upon export of the samples within six months from the date of entry. An extension may be granted if applied for before the original term expires.

Greece is a member of the international convention to facilitate the importation of commercial samples and advertising material, so Canadian exporters may use an ATA Carnet (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Special Regulations. Import licences are required for luxury items and importers must obtain prior "approvals" for all shipments. It is recommended that goods not be shipped without confirmation of approval by the importer. Other regulations are applicable to lumber, plastic food containers, cosmetics, meat, poultry, fish, seafood, veterinary medicines, pharmaceuticals, etc. Verification of regulations affecting commodities may be made through the importer.

For each separate product, Canadian exporters are advised to investigate with their agent whether special regulations exist in Greece. Exporters should also mention the EEC tariff number applying to their product on all documents.

Free Trade Zones. Greece has two free trade zones, Piraeus and Thessaloniki. Sorting, labelling and repacking may take place within their boundaries. Some processing is permitted at Thessaloniki. Explosives, poisonous or other dangerous goods are prohibited entry to these zones and other goods such as items subject to high rates of customs duty are either prohibited or restricted.

VIII. IRELAND

The Republic of Ireland is a small country on the periphery of the EEC. The population totals some 3.5 million of which 50 per cent is under the age of 25. There is a growing educated youthful labour force, with a lifestyle similar to that in the U.K.

Despite recent discoveries of metallic ores and gas, and signs of oil in Irish waters, Ireland is heavily dependent on international trade, particularly with the U.K. and the United States, as well as with the remainder of the EEC.

At its present stage of industrial development, Ireland must import almost all machinery, raw materials and materials for further production, with some exceptions such as animal feed, milk and meat. As the industrial sector expands, a growing proportion of its output must be sold abroad and a higher proportion must be imported. Transportation costs and inadequacies in infrastructure, especially road transport, add to these industrial costs. As a result of an extensive investment program, telecommunications services (digital switching, fibre-optic links, etc.) are now good. Any disadvantages have been offset, first, by incentives which have increasingly taken the form of grants toward the cost of industrial investment, the training of workers and the development of export markets and second, by relief in the form of lower corporate tax rates on industrial firms, or accelerated depreciation allowances.

Because of Ireland's extensive dependence on imports, distributors and agents are well established in virtually every product sector, especially for EEC manufacturers. Historically, many products reached the Irish market through U.K. distributors. However, due to the recent and rapid expansion of Ireland's trade and contacts with EEC members, the advantageous position once enjoyed by U.K. distributors is eroding significantly. This is partly due to Ireland's move to the European monetary system, which ended the long-standing parity between the Irish and U.K. pounds.

Canadian exports to the Republic of Ireland in 1988 were C$215 million. These exports represent all sectors, industrial as well as resource and agriculture. By order of importance, exports are aircraft and parts, computers and parts, telecommunications equipment and parts, lumber, wood pulp, tobacco, viscose fibres, peas/beans, newsprint, salmon and potassium chloride.

Companies have established themselves in the Republic of Ireland in various forms — some with equity positions, some in joint ventures and others with subsidiaries. Most use Ireland as a manufacturing, assembly or service industry base within the EEC market because of the very generous incentives offered by the government. In addition, they can avail themselves of customs free access to other EEC markets.

National Regulations

Labelling. Country of origin is not required on the product unless lack of such information could mislead the consumer. Specific regulations relate to textiles (fibre labels), upholstered furniture (ignitability) and foodstuffs. Regulations governing foodstuffs are most comprehensive.

The Merchandise Marks Act, 1970, requires that prepacked goods be in standard quantities, and that containers bear the name and address of the packer or importer and be marked with an indication of quantity of contents by weight, measure or number.

Prepacked food labelling requirements are based on EEC Directive 79/112 and must show the following:

- name of food;
- net quantity in metric units;
- date of minimum durability, i.e., "best before" date;
- any special storage conditions or conditions of use;
- name and address of manufacturer or of a packager or seller based in the Community;
- particulars of the place of origin if the absence of this information might mislead the consumer;
- instructions for use where necessary;
- a list of ingredients under the heading "Ingredients";
- the "best before" date of minimum durability; and
- the name or business name and address of the manufacturer, packer or seller established within the EEC.

Consumer demand is for even more labelled information, e.g., salt levels. Consequently, new regulations covering a wide range of information are expected in the years ahead. Harmonization within the EEC will introduce a host of new regulations and standards.

Hallmarking. All imported articles of gold or silver plate, except work of an oriental pattern and antiques manufactured prior to 1880, must be assayed, stamped and marked at the Dublin Assay Office.

Certificates. Phytosanitary certificate requirements for shipments of plants, vegetables, cut flowers, etc., are specified in various sanitary and plant quarantine regulations. Because of the complexity of these regulations, exporters should seek current information about export requirements from Canadian agricultural authorities at the time of shipment. Specific import licence regulations also apply to imports of animals, fish, poultry, wines, eggs, meat, dairy products, food additives and medical preparations.

Samples. Samples of negligible value are duty free. Other types of commercial samples can be entered temporarily by posting a bond (cancelled or refunded at re-export) to cover the amount of normal customs duty and taxes chargeable. Canadian exporters can facilitate temporary free entry of Canadian samples into Ireland by obtaining an ATA Carnet (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Special Regulations. Licensing requirements are in effect for a number of products including domestic pets, poultry imports, fowl pest vaccine, meat, animal and dairy products and bottles. Other regulations apply to cosmetics, clothing, proprietary medicines, eggs, hydrocarbon oils, etc. Verification of regulations affecting commodities may be made through the importer.

Free Trade Zone. A duty-free airport is located at Shannon. It is excluded from the scope of all laws with a few exceptions relating to the importation of goods between the airport and foreign countries. Among the restrictions which remain in force are those relating to public health, animal and plant diseases, currency, dangerous drugs and used clothing. Goods stored in a free zone are exempt from examination. Processing, sorting, grading or repacking may take place within its boundaries, and buildings required may be erected by interested persons or concerns leased from the State. There are no customs-free seaports in Ireland.

IX. ITALY

Italy offers excellent sales opportunities to persistent and patient exporters.

Italy's industrialization has been rapid and spectacular. Since the late 1940s, Italy has gained a solid and well-deserved reputation as a producer of consumer goods (clothing, shoes, furniture, domestic appliances), chemicals, steel, sophisticated electronic goods, machinery and many other products that continue to be reliable and competitive on international markets. At the same time, Italy is resource-poor and must import most of the raw materials for industry as well as a large share of its requirements for foodstuffs — mainly cereals and meat.

When studying the Italian market, it is necessary to be both thorough and exacting. It is difficult to identify potential clients in a nation of more than 57 million with in excess of one million retail establishments and nearly 100 000 wholesale outlets. In addition, the country is somewhat polarized between north and south and there are different variables at work in each area.

Before visiting Italy, plan your objectives well. If your initial purpose is only to gather market information, it may not be necessary to make a trip. Given the proper data on your products, the Canadian trade commissioners in Milan and Rome may be able to do much of the preliminary marketing work. The Rome office is responsible for Italy from Florence south; the Milan office covers Italy north of Florence. General enquiries should be sent to both offices and the fact that such has been done should be clearly indicated in your letter.

If it is necessary to make a personal visit, carefully identify and indicate to the trade commissioner the type of contacts you wish to meet, i.e., a wholesaler/agent/distributor of the same products or of complementary products. If your marketing program envisages a licensing or co-operative venture in production, make this clear from the outset so that potential local agents can be made aware of your plans.

Trip Preparation

In preparation for your trip to Italy, a number of considerations are important.

Italians tend to be conservative in their business relations and appreciate a formal and polite approach. If your contact has a title (Dottore, Ingegnere, Professore, etc.) always use it. Handshakes, presentation of business cards and other trappings of the European business world are even more appreciated by Italians when they realize you are making an effort that is not normally part of the North American milieu.

Italian is the language of commerce in Italy. There are many businesspersons, particularly in northern Italy, who speak French or English but remember, as they are not their first language, idioms or rapid conversation will only confuse matters. For your initial visit, someone from the trade commissioner's office may be in a position to accompany you to assist in communications. For routine visits to established agents, you may wish to hire an interpreter.

Keep in mind that the Italian market is very competitive. Come to Italy with all the information about your product including c.i.f. prices and brochures (which are very important). If your brochures are printed in English and French only, translate at least the key sections (including technical descriptions) into Italian and append this sheet to the brochure. It is a small expense that will take your product a long way. In addition, use a freight forwarder to make a study of transport facilities (cost, mode, frequency, delivery time) to assist a potential buyer in evaluating the cost and benefits of your product. Be sure to use INCOTERMS when quoting (see "Trade Terms and Agreements" below).

The timing of your trip is very important. There are frequent trade fairs in Italy and other EEC countries and a visit coinciding with one covering your product sector will provide a unique opportunity to view the competition and obtain precious market intelligence not just on Italy, but on its neighbours as well. Also plan your trip taking into account the Italian holiday schedule. Besides the holidays celebrated in Canada (e.g., Christmas, New Year's Day, and Easter), Italy celebrates other national and religious holidays such as Epiphany (January 6), Liberation Day (April 25), Labour Day (May 1), and All Saints Day (November 1). It is especially important to note that most Italians still take their annual vacations in August, and thus many businesses are shut down for several weeks during the period from mid-July to mid-September.

Conducting Business in Italy

When you arrive in Italy, it is advisable to contact the trade commissioner to check for any last minute changes in schedules or appointment venues.

It is preferable to make appointments with prospective Italian business contacts. However, some of your new contacts may not follow appointment schedules too rigorously. Be at the appointed place on time, but be prepared for a short delay.

At your meetings, be well-informed about your competition in Italy, pointing out the advantages of your products using local terms and standards (i.e., currency, metric units, etc.). If your potential client cannot make an immediate comparison, valuable time and continuity may be lost. Quote prices in Canadian dollars if you have not had time to convert prices into lira.

Once you have visited all your potential agents/buyers/etc., and have made your presentations and offers in the most professional and complete manner possible, always confirm your quotations by telex upon your return to Canada. Italians (and Western Europeans in general) do not always make immediate decisions, at least by Canadian standards. Patience and persistence must be your strategy. Through direct personal contact and through the trade commissioner, you must persevere. Any lapse in your interest will certainly produce the same on the part of your Italian contact. Bear in mind that your prospective business partner has not seen you before and is interested in determining how serious you are about entering and staying in the Italian market. While this may take several visits, Canadians are often pleasantly surprised to find that business contacts once established in Italy are lost much less often than in many other world markets.

National Regulations

Customs. Definitive information on Italian tariffs is available only from Italian Customs authorities. However, preliminary data on duties, value-added taxes and other market access questions can be obtained from the European Community Trade Policy Division of External Affairs and International Trade Canada.

This information should be confirmed with Italian Customs in advance of shipment.

Labelling. Italian labelling laws are chiefly concerned with product composition and name and location of manufacturers. Products subject to special requirements include packaged foods, distilled spirits, wines, cement, lime, medicines and certain musical instruments.

Labelling of foodstuffs must indicate the packer's name and address, brand name or trademark, nature of contents and quantity in metric measurement, additives in order of importance, information necessary for preserving, defrosting and preparing, and shelf life. Due to the complexity of labelling regulations, all labels should be checked with the Italian importer prior to shipment.

All textile products must be labelled to indicate their fibre content, trademark or style mark of the importer, producer or retailer, and all wording must be in Italian. Certificates of origin are required for each shipment of textile products into Italy.

Canadian exporters of textile products should contact the Italian importer for details concerning the specific marking requirements for garments that incorporate a variety of fabrics and fibres into a single item of clothing.

Hallmarking. Hallmarking by authorities is required on precious metals.

Certificates. Certificates of origin are not normally required; however when requested, two copies are required. These must be certified by a recognized chamber of commerce and may be included on the invoice or bill of lading.

Livestock, meat, dairy and fishery products must meet relatively stringent health conditions and be accompanied by special certificates issued by Canadian veterinary or fisheries inspection authorities. Before undertaking commitments exporters should, as appropriate, contact the nearest Agriculture Canada or Fisheries and Oceans Canada office.

Sanitary inspection certificates signed by officers of the Inspection Services Directorate of Fisheries and Oceans Canada are required for imports of edible fish, shellfish and related products. The above applies also for samples.

A "statistical visa" is required for imports from non-EEC countries of yarns, woven fabrics, clothing and household goods containing more than 50 per cent cotton. Importers are required to secure these from the Italian authorities, and Canadian suppliers must submit two extra copies of the invoice to the Italian importer for each shipment that needs a visa.

Samples. Samples deemed "of no commercial value" by Italian customs are admitted duty and tax free. Samples shipped as unaccompanied baggage or freight are treated as ordinary commercial shipments, i.e., they must be packaged, labelled and certified in the manner required for ordinary commercial shipments. For accompanied goods to be cleared as samples, the importer must be recognized as a commercial traveller by the Italian Chamber of Commerce, or have a statement to that effect notarized by an Italian consulate. A certificate of origin for the goods must be produced, verified by the foreign chamber of commerce, and a deposit must be made equal to the duty and taxes payable on the goods, but subject to refund when the goods are exported under customs supervision.

Alternatively, trade samples or goods imported for a specific purpose on a temporary basis may be duty and tax paid upon entry and a refund claim may be filed for reimbursement of these charges upon proof of export. Importers wishing to avail themselves of this system must make prior arrangements with Italian Customs authorities.

A simplified procedure, using a Carnet, is available to Canadian traders as Italy is a signatory to the convention concerning the ATA Carnet. Carnets are usually inexpensive (depending on the product) and are available from your local chamber of commerce or from the Canadian Chamber of Commerce (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnets"). While this simplifies many customs procedures, the Carnet holder must check the goods covered into and out of each country visited. Experienced Carnet users allow extra time for this procedure both on arrival at and departure from each country visited.

It is important to note again that all samples of food products must be packaged, labelled and accompanied by all the documentation required for normal commercial shipments.

Special Regulations. Numerous products, including the following, are subject to special import regulations: ceramic products, concrete, televisions, beeswax and honey, foodstuffs, synthetic detergents, logs and lumber, electric tools, insecticides, animal feeds, motorcycles, motor vehicles, cosmetics, footwear and toys.

Trade Terms and Agreements

Italy uses the International Chamber of Commerce definitions of trade terms (c.i.f., f.o.b., etc.). Canadian exporters should familiarize themselves with these terms before offering quotations. Full information is available in the publications *INCOTERMS* and *Guide to INCOTERMS* which should be available on loan or for sale at your chamber of commerce. Copies are also available from the Canadian Chamber of Commerce. (See Chapter 1 for more information.)

Normally, sales to new customers should be conducted on a confirmed, irrevocable letter of credit basis. Further details are available from any major Canadian bank. All have branches in Western Europe: two have Italian branches.

Generally, new business agreements should be undertaken on a one-year, renewable by mutual consent basis. Exclusivity is usually of considerable importance to both parties and is preferable to a non-exclusive arrangement. Canadian exporters should be aware that they can in some cases be required to remunerate a representative for "good will" if an agreement is not renewed.

X. THE NETHERLANDS

General Information

Although the Netherlands is a small nation measuring 41 473 km^2 (approximately the size of Vancouver Island), it is one of the world's most densely populated countries with 14.6 million inhabitants. As the country is only 370 km long and about 193 km wide, it is possible to reach any point in the Netherlands by automobile from Amsterdam in two and a half hours. More than half of the Dutch live in the western coastal area of the country which includes the three major cities, Amsterdam, Rotterdam, and The Hague, the latter being the country's administrative centre. All three cities are within an hour's drive of each other. Fast, efficient train and bus service link all Dutch commercial centres. A businessperson can make a morning appointment in Rotterdam and be back in Amsterdam for an afternoon meeting. Dutch businesspersons are generally scrupulous about honouring appointments and expect the same from visitors.

The Netherlands represents an ideally compact and concentrated market, which considerably reduces transportation and distribution costs for exporters.

Excluding agricultural products and natural gas, the Netherlands must import primary commodities and a high percentage of manufactured goods. If a Canadian exporter has a competitive product, the Netherlands is a good potential market.

An additional advantage of selling to the Netherlands is that Rotterdam is one of the world's largest ports and serves as a major entry point into the lucrative EEC countries, especially West Germany (Amsterdam is also one of Europe's busiest ports). In fact, there are more than 160 million people within a radius of 500 km of the major Dutch cities. Because of its strategic location, the Netherlands has taken over a great proportion of the transport business for the Common Market nations.

Doing Business with the Dutch

Doing business in the Netherlands is particularly easy for Canadians, as most of the Dutch speak English fluently,

and a fair number also speak French. Dutch firms and businesspersons are hard bargainers, and potential exporters should prepare accordingly. The Dutch buyer wants quality but wants it at a low price. Canadian exporters must be ready to discuss detailed sales and price matters during the very first call on a Dutch firm or agent.

It is highly recommended that businesspersons considering a visit to Holland advise the Commercial Division of the Canadian Embassy of their intentions and provide product brochures. The Commercial Division can then survey the market potential and organize an appropriate program for the visit. Sufficient advance notice will do a lot to ensure that a business trip is a success.

Dutch firms which buy in large quantities prefer, understandably, to deal directly with the manufacturer. Canadian exporters who do not anticipate large volume sales will have to deal through an importer, distributor or agent. If an exporter's product is quite specialized or high-priced, an agent is best to promote the product. Once an agent is selected, it is important to establish a close working relationship and provide up-to-date information regularly. This will pay real dividends in the long run.

The rules governing contracts between a Dutch agent and his/her principal have been codified. While they are not as draconian as rules in other countries, it would be wise for a Canadian company to contact a Dutch legal firm before signing an agreement. An EC directive regarding commercial agents was adopted December 18, 1986. It requires member states to bring their national law into compliance with the directive no later than 1990.

Dutch buyers resist any attempt to have them accept large initial buying quotas. Agents also do not like sales quotas. Payments are often made in cash upon receipt, but terms of 60 and 90 days are also common practice on large orders.

It is recommended that a potential exporter provide product brochures and price quotations c.i.f. Rotterdam or Amsterdam, preferably in Dutch guilders. All product descriptions and specifications should be metric. They need not be translated into Dutch, although it is always a good idea.

Once a business contact has been established, it is important to quickly follow it up. The Dutch firm or commercial agent will also expect prompt replies to correspondence and orders.

It would be advisable to avoid first-time or exploratory business visits during July or August as many of the Dutch take their summer vacations during that period. Plants and firms often close for two to three weeks during the summer vacation period.

Participation in trade exhibitions in the Netherlands is often a successful way to introduce a product to this market. The two largest trade exhibition centres are the Royal Netherlands Industries Fair in Utrecht, and the RAI Exhibition Centre in Amsterdam. A wide variety of fairs are held regularly, both for the trade and for the general public.

As stated earlier, the Netherlands is a large importer of all types of goods from primary commodities to sophisticated manufactured items. In addition to purchasing significant amounts of such Canadian export commodities as minerals, forest products, oilseeds and other basic materials, the Netherlands imports increasing amounts of manufactured goods and equipment such as electrical and electronic products, defence equipment and computer hardware and software, as well as some telecommunications equipment.

Canadian businesspersons wanting to know the potential for a particular product line should write or telex the Commercial Division of the Canadian Embassy which will be pleased to survey the Dutch market and suggest the best course of action to pursue.

National Regulations

Labelling. Labelling regulations, which vary among commodities, are issued and amended frequently. Cosmetics, packaged foods, textiles and soaps are examples of commodities with specific requirements.

Hallmarking. Hallmarking of gold and silver articles is required before they can be offered for sale. Small tolerances for error are allowed. The hallmarking may be done by a Dutch hallmarking office after importation. Karat marking is permissible on gold articles.

Certificates. Certificates of origin are not normally required. When requested, two are required, certified by a recognized chamber of commerce.

Health certificates certified by an official of Agriculture Canada are required for shipments of live bovine animals, hogs, horses and poultry for human consumption. Certificates are also required for frozen fish; fresh, chilled, or

frozen meat; meat preparations; broken or mealed bones; artificial fertilizers; and animal feed containing meal of animals, bones or blood.

All unprocessed agricultural produce requires a phytosanitary certificate issued by Agriculture Canada.

It is advisable to contact the Food Production and Inspection Branch of Agriculture Canada, in Ottawa or at their office in your region, as health certificates and plant quarantine requirements are complex and frequently amended.

Samples. Samples of no commercial value are admitted free of customs duty. Temporary duty- and tax-free importation is permitted for samples imported solely to solicit orders. Such importations may be made either under bond or by deposit of customs charges payable, subject to refund upon exportation. The Netherlands is a signatory to the customs convention concerning the ATA Carnet for the temporary importation of goods. Canadian exporters may avail themselves of the services of Carnet Canada (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Samples having commercial value which are not exported within one year from the date of importation are subject to the same customs regulations and duties as ordinary commercial shipments.

Special Regulations. Regulations are in effect for numerous materials and articles such as agricultural chemicals, asbestos, prepacked medicines, cosmetics and foodstuffs. Details should be obtained from the importer; however, you may also wish to enlist the services of the Commercial Division of the Canadian Embassy in the Netherlands.

XI. PORTUGAL

Some 10 million Portuguese live in an area only slightly bigger than New Brunswick. A relatively poor country, with an estimated per capita GDP of just over US$3 400 in 1987, Portugal joined the EEC on January 1, 1986. Membership in the Community had long been a Portuguese objective as a key contributor to the country's development efforts and it is expected to reap economic benefits.

The principal urban centres are Lisbon (capital city), Porto (second largest city and prime industrial centre), Coimbra, Setubal, Aveiro, Evora, Faro, Funchal (Madeira) and Ponta Delgade (Azores).

Market Access

As a condition of Portugal's entry into the EEC, a transitional period is in effect in the trade field as tariffs, rules and regulations are brought into line with those of the Community. While EEC membership may affect future market access for some Canadian fisheries and agricultural products, it is expected that access for industrial and manufactured products may in fact improve.

With entry into the EEC the Portuguese system of prior import licensing (to control foreign exchange outflows) and import surcharges has been largely removed. In some specific sectors import licensing continues to provide protection for Portuguese and/or Community products.

Portugal must import a very large portion of its food, raw material, machinery and technology requirements. The country's traditional balance of trade deficits are at least partially offset by earnings from tourism and remittances from Portuguese living and working abroad.

Portuguese imports in 1988 totalled US$16.8 billion and, by May 1989 imports had reached US$7 billion. Principal sectors of interest to Portuguese importers are agricultural products (13.5 per cent in 1988), mineral products including petroleum (16.7 per cent), and machinery and transport equipment (37.6 per cent). The market for consumer products had been limited by the imposition of restrictive import practices, including up to 60 per cent import surcharges for luxury items. High-technology products and services is another market which has been developing rapidly in recent years, especially the electronics and communications equipment sectors.

The Portuguese market is open but is not easily penetrated. Persistent and aggressive efforts are required if sales success is to be achieved in competition with local and European suppliers. Traditionally, Canada has maintained a significant share of the Portuguese markets for codfish, seed potatoes, hides, iron ore, asbestos, aluminum, copper, lead and zinc. In 1986 and 1987, wheat and feed barley re-entered the Portuguese market and became major components of the Canadian exports mix.

Canada's image as a source of food and raw materials has changed rapidly in the past few years. Today, Portuguese business welcomes, and increasingly seeks, contacts with Canadian suppliers of manufactured goods and new technologies. Naturally, there is considerable competition in these areas from European, Japanese and American firms.

A capable local agent or representative is usually necessary in Portugal. Initial contact can be established via correspondence. Visas are not required. The Commercial Division of the Canadian Embassy can identify suitable local firms as potential representatives and can assist with establishing initial contacts.

Local firms require complete product literature and pricing information (best if on the basis of c.i.f. Lisbon) to evaluate market prospects and their interest in taking on a new product. English or French is widely understood in commercial circles in Portugal although, of course, material in Portuguese is preferable and, for some sectors, essential.

Despite its similarity to Portuguese, Spanish material should not be used in Portugal unless it is specifically requested. Although part of the Iberian peninsula, Portugal is, and considers itself to be, different from the Spanish market and therefore must be dealt with separately.

Although there are a number of major trade shows staged every year in Portugal, most are of an essentially national nature and therefore, in light of the relatively small total size of the domestic market for most products, would not normally warrant direct participation by Canadian firms. Companies with agents in Portugal may wish to investigate relevant exhibitions via their agents.

Business Visits

For a Canadian businessperson travelling to Portugal, the first business meeting should not be expected before 9:30 a.m. (and more often 10:00 a.m.). Lunch is usually from 12:30 p.m. to 2:30 or 3:00 p.m. Most Portuguese businesses work relatively late (6:30 p.m. to 7:00 p.m.). Working lunches are common, but working dinners are rare as evenings are usually devoted to the family. For the same reason, meetings on weekends or holidays should not be expected except in unusual circumstances.

In virtually all cases Portuguese business representatives are punctual for their meetings; therefore, you should be too. If you are running late, call ahead to inform your next appointment. Getting around Lisbon is convenient and inexpensive by taxi.

Travel to Portugal should be avoided during the summer vacation (July to mid-September), around Christmas and between April 25 and May 1. It should also be noted that if a public holiday falls in mid-week, many Portuguese "fazem a ponte," meaning they make the holiday into a long weekend.

The Commercial Division of the Canadian Embassy is pleased to assist as appropriate with arranging a schedule of meetings, although a minimum of two weeks lead time is requested.

National Regulations

Labelling and Marking. There are no special requirements for the labelling and marking of general merchandise. Imports need not be marked with the identification of the country of origin, unless they bear the mark of a Portuguese company. However, there is special legislation on labelling of prepacked foodstuffs, pharmaceutical specialties, yarns, textiles, tobacco and wines. Jewellery and other articles of gold, silver or platinum must be assayed and hallmarked by the Portuguese Government Assay Office, for which a small fee will be charged.

It is always expedient to mark packages, cases, bags, etc., in the simplest manner possible, rather than writing out the full name. Care should be taken to see that the marks on the packages are exactly the same as those mentioned in the bill of lading, the certificates of origin, invoices and all shipping documents. According to sound shipping practice, these packages should bear the consignee's mark, including port mark and should be numbered, unless the shipment is such that the packages can be readily identified without numbers.

Commercial Invoices. Commercial invoices are required, in duplicate, with an accurate and specific description of the merchandise. The f.o.b. value is to be shown with an itemized list of shipping expenses. No consular visa is needed. Invoices must be made out in the currency of the country of consignment of the goods.

The invoice must include, where applicable, the statement: "We declare that the goods described in this invoice are of Canadian origin." This statement must be certified correct and stamped by a responsible official of the nearest Canadian board of trade or chamber of commerce, or in substitution of this, by the respective customs or port authority.

When a Canadian product contains components not of Canadian origin, the invoice must contain a special reference to the percentage of non-Canadian content. This statement must be certified correct by the nearest Portuguese consul.

Bills of Lading. There should be two original bills of lading and two non-negotiable copies. The originals, each accompanied by a non-negotiable copy, should be forwarded by separate mail.

"To Order" bills of lading are acceptable, providing they bear the shipper's endorsement.

The marks indicated on the bills of lading should correspond with the marks on the cases and those shown on the invoice. No consular visa is needed.

Care should be taken to specify the correct weight of the goods on the bill of lading, as any error discovered by customs authorities is punishable by a fine.

Certificate of Origin. When the Canadian content exceeds 50 per cent of the value, the statement on the invoice, properly certified, is the only requirement, provided the shipment is made direct from Canada to Portugal.

Merchandise is considered as being sent direct when the transport is made by ship from Canada to Portugal under a through bill of lading even though trans-shipment may occur in a third country. When a shipment is made partly by rail through a port outside Canada, the shipment is not considered to be direct.

Re-exported goods require a certificate of origin. The certificate of origin may be obtained from the Portuguese consul in the country of re-export. When the merchandise is not sent directly from Canada to Portugal, a certificate of origin, certified by a Portuguese consul, is required. The certificate must be on official forms, in duplicate, and presented to the Portuguese consul in Canada nearest to the place where the goods were produced.

If the shipment contains merchandise originating outside Canada, a certificate of origin from the country of origin is required. In such a case, a certified commercial invoice for the foreign merchandise can be presented to the nearest Portuguese consulate, which will issue the necessary certificate of origin.

Special Certificates. Seed imports are permitted but, as well as satisfying the provisions of any applicable legislation, they must be accompanied by a certificate issued by the appropriate official service of the country of origin giving the name of the exporter and the consignee, and identifying the goods, weight, purity and germinative faculty.

Live animals must be accompanied by a certificate of origin and a sanitary certificate issued by the authorities of the exporting country. This certificate must be in the terms laid down by international convention. However, it is advisable to ascertain from the purchaser the up-to-date sanitary conditions which are required to be met. This certificate must be certified at the nearest Portuguese consulate.

There are specific regulations affecting the sale of foreign pharmaceutical products in Portugal.

Samples. Samples of no commercial value may be admitted free of duty. Those regarded by the customs authorities to be of commercial value are dutiable at regular commodity rates or may be admitted upon deposit or bond of an amount equal to the duty normally payable, subject to refund upon exportation of the goods.

Portugal accepts the ATA Carnet for the temporary entry of goods. Canadian exporters may wish to avail themselves of the services of Carnet Canada (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet").

Price lists, catalogues and other advertising may be admitted free of duty if sent in small quantities.

XII. SPAIN

General Information

Spain is a parliamentary monarchy, the first government of which piloted Spain's transition towards a modern democratic state in 1977. With a population of 40 million, Spain is organized into municipalities, provinces and 17 "autonomous" communities, in addition to the Spanish enclaves of Ceuta and Melilla in North Africa. Each enjoys its respective degree of control in the administration of its interests.

Principal cities are Madrid (the capital); Barcelona, the major industrial port city in Catalunya; Valencia, also a port city on the Mediterranean coast; Sevilla, Andalusia's principal city; and Bilbao, the Basque country's major port. Exporters targeting the Spanish market are encouraged to consider both Madrid and Barcelona as key cities as they have the largest market potential for most product sectors.

Language. Castilian Spanish, the official language, is understood throughout the country. Local languages are used in Galicia, Catalunya and the Basque country and differ significantly from Castilian Spanish.

Business Hours/Practices. Spanish Standard Time is six hours ahead of Eastern Standard Time (EST) in Canada.

Office hours for foreign companies in Spain generally follow the North American norm (9 a.m. to 5:30 p.m. allowing for an hour for lunch). Spanish companies allow for a longer lunch break and extend the closing hour. Summer hours are generally shorter (8 a.m. to 3 p.m.).

Banks are open to the public from 9 a.m. to 2 p.m., Monday through Saturday. The official currency is the Spanish peseta.

The metric system is used for all weights and measures.

Economy. Spain has a free market economy with notable government ownership of principal industries. Privately owned, state-licensed monopolies exist, though recent entry into the EEC has significantly reduced monopolistic practices at both state and private levels.

Basic Resources. Agriculture, coal, iron ore, copper, hydro-electric power and fisheries are Spain's leading resources. Oil and natural gas exploration continues in an effort to reduce Spain's energy dependency on foreign suppliers.

Industries. Chemicals, automobile manufacture, petroleum, mining, agriculture, tourism, banking, cement, steel, textiles, energy and shipbuilding are key industry sectors with tendencies to increased investment in tourism, agriculture and chemicals. Growth has been strong in high-technology sectors, particularly the information industries.

Trade Relations. Spain is a member of the World Bank, the International Monetary Fund, the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), and the Organization for Economic Co-operation and Development.

Trade Potential. As a result of Spain's entry into the EEC in 1986, Spanish laws, institutions and commercial practices will be totally aligned to those of the EEC by 1992. In the energy, finance, transportation, education, health, television and telecommunications sectors great changes are taking place to meet EEC standards of service. Suppliers to these industries enjoy excellent sales prospects, especially vis-à-vis high-technology goods.

The gradual reduction of import tariff and non-tariff barriers will aid Canadian products currently competitive within the EEC. Spanish industries will not be protected by any import quotas and licensing requirements that differ from those applicable in other EEC countries.

Sectors where export prospects are excellent in addition to the aforementioned public sectors include electronics (hardware and software), mining equipment, food processing equipment, medical instrumentation, biotech products and defence industry products.

In the agricultural sector there is increased competition from EEC grain and pulse producers, though there may be new opportunities for corn, canola, tobacco and fish. Furs and skins continue to enjoy good market acceptance.

Transitional agreements govern exemptions for 32 products designated as "sensitive." Until 1992, sensitive imports from GATT countries are subject to quantitative import quotas. These are increased each year until they conform with EEC norms. In the agricultural sector, milk, beef,

cheese, soft wheat flour, fruit and vegetables, oils, pork and wine are recognized as "sensitive."

Local Business. Language requirements can prove onerous since Spaniards are less prepared to work in English or French than most other EEC members. Regionalism, a complicated network of business relationships and bureaucratic requirements affecting commercial transactions, encourages the use of a Spanish agent or distributor. To maximize market coverage exporters normally should ensure that their chosen agent or distributor maintains operations in at least Madrid and Barcelona. Personal visits are encouraged in initial stages and on an ongoing basis in keeping with the Spanish practice of emphasizing personal relationships in conducting business.

Trade Fairs. Both Madrid and Barcelona host major annual trade fairs of domestic and international interest particularly in the electronics, agricultural technology, office equipment, auto parts, hospital equipment and security equipment sectors. Other major cities hold important fairs relating to their respective key industries. Spanish businesses use fairs to launch new products, attract new buyers and sustain market presence in the same way as do their European and North American counterparts.

Business Assistance. The Canadian Embassy's commercial staff can provide general market information and initial guidance to market opportunities for specific products. Introductions to potential importers or agents, assistance with market identification visits, advice regarding commercial practices, information on suitable trade fairs, etc., are available from the local and Canada based trade staff. A trade commissioner resident in Barcelona can provide commercial assistance in Catalunya.

The Embassy will provide referrals to service agencies required by Canadian exporters (lawyers, translation, advertising, etc.) on request.

Honorary Consuls. The Embassy maintains consulates in Barcelona, Malaga and Sevilla, where assistance is available from honorary consuls.

Canadian Banks. The Royal Bank of Canada has a branch in Madrid.

National Regulations

Labelling. Spanish legislation (royal decree "Norma General del Etiquetado") establishes a general set of rules regarding packaging and labelling. Consumer food items, alcoholic drinks, animal foods, etc., must be labelled in Spanish to indicate contents, composition, metric weight, origin, date of packaging, name of packer and expiry date. The Codigo Alimentario Espanol, administered by the Ministry of Health, lists food and drug additives permitted in Spain. In addition to these general norms, specific requirements pertain to a wide range of products.

While a certain similarity already exists between Spanish labelling requirements and those of other EEC countries, uniformity is proceeding through regular consultation with the EEC Labelling Commission. Early harmonization of labelling norms relating to automobiles, medical instruments, food, electricity, chemicals, textiles, cosmetics and pharmaceuticals is under way.

Health Certificates. Importation of live animals, plants, seeds and vegetable products falls within the jurisdiction of the Spanish Ministry of Agriculture and is subject to health certificate and phytosanitary requirements to which an exporter must strictly adhere.

Import Licences. These are generally not required. Global quotas exist for a limited range of products considered to be market sensitive.

Exchange Controls. Transfers of profits and dividends are normally freely authorized. Repatriation of capital is allowed without restriction. To ensure subsequent transferability of profits and capital, capital inflow should pass through recognized banks and receipts should be carefully kept.

Spain adheres to the GATT and the Brussels nomenclature has been adopted. Valuations for ad valorem duty are made on an "arm's length" valuation basis.

Samples. Spain is a signatory of the ATA convention and carnets are acceptable (see Chapter 1, "Temporary Entry — Carnet"). Temporary admission under licence may be obtained on payment of a refundable bond based on an ad valorem estimation of duty that would otherwise be payable.

Customs Clearance Requirements. Customs clearance requires the following:

- bill of lading or CMR letter;
- commercial invoice;
- certificate of customs value;
- insurance policy (if c.i.f.);
- certificate of origin and/or quality;
- customs clearance certificate;
- declaration of customs debt; and
- packing list.

XIII. USEFUL ADDRESSES

Canadian Trade Commissioner Missions in Member Countries of the EEC

Belgium
Commercial Division
Canadian Embassy
2, avenue de Tervuren
1040 Brussels, Belgium

Cable: CANADIAN BRUSSELS
Tel: (011-32-2) 735-60-40
Fax: (011-32-2) 735-3383
Telex: (Destination code 46) 21613 (DOMCAN B)
Territory: Belgium, Luxembourg

Britain
Commercial/Economic Division
Canadian High Commission
Macdonald House
One Grosvenor Square
London, W1X 0AB, England

Cable: DOMINION LONDON
Tel: (011-44-1) 629-9492
Fax: 441-491-3968
Telex: (Destination Code 51) 261592 (CDALDN G)
Territory: England, Wales, Gibraltar, Channel Islands

Commercial Division
Canadian Trade Office
Ashley House
195 West George Street
Glasgow, G22HS, Scotland

Cable: CANTRACOM GLASGOW
Tel: (011-44-41) 204-1373
Telex: (Destination Code 77) 778650 (CDAGLW G)
Territory: Northern Ireland, Scotland

Denmark
Commercial Division
Canadian Embassy
Kr. Bernikowsgade 1
DK = 1105 Copenhagen K
Denmark

Cable: DOMCAN COPENHAGEN
Tel: (011-45-33) 12-22-99
Fax: (011-45-33) 14-05-85
Telex: (Destination Code 55) 27036 (DMCNC DK)
Territory: Denmark, Greenland, Faroe Islands

France
Commercial Division
Canadian Embassy
35, avenue Montaigne
75008 Paris, France

Cable: CANADIAN PARIS
Tel: (011-33-1) 47.23.01.01
Fax: 33-14723-5628
Telex: (Destination Code 42) 280806
(CANAD A 280806F)
Territory: France, Andorra, Monaco

Germany, Federal Republic of
Missions in Germany are organized on an industry sector basis as opposed to a geographic basis. Therefore, all trade enquiries should be directed to the mission identified as having a specific responsibility for the product in question.

Commercial Division
Canadian Embassy
Friedrich-Wilhelm-Strasse 18
D-5300 Bonn 1,
Federal Republic of Germany

Cable: CANADIAN BONN
Tel: (011-49-228) 23 10 61
Fax: 49-228-230857
Telex: (Destination Code 41) 886421 (DOMCA D)

Sector Responsibilities: Defence products, books, musical instruments, shipbuilding and ocean industries, security equipment, policy and regulatory matters, bulk chemicals, bulk agricultural commodities, basic telecommunications equipment and services, environment technology and services

Commercial Division
Canadian Consulate General
Immerman Hof
Immermannstrasse 65D
D-4000 Düsseldorf 1,
Federal Republic of Germany

Cable: CANADIAN DUSSELDORF
Tel: (011-49-211) 35 34 71
Fax: (011-49-211) 359-165
Telex: (Destination Code 41) 8587144 (DMCN D)

Sector Responsibilities: Health care products, fish and food products, electrical energy, oil and gas, most machinery, forest products, minerals and metals, consulting services, capital project co-operation, clothing and furniture, furs and textiles, environmental machinery

Commercial Division
Canadian Consulate General
Tal 29
D-8000 Munich 2
Federal Republic of Germany

Tel: (011-49-89) 22-26-61
Telex: (Destination Code 0411) 5214139 (CAND D)

Sector Responsibilities: Aerospace, automotive and surface transportation equipment, electrical and electronic products, computers and computer software, leisure and recreational products, medical equipment and instruments, film, video and sound recording equipment and services, enhanced telecommunications equipment and services

Greece
Commercial Division
Canadian Embassy
4 Ioannou Ghennadiou Street
115 21 Athens, Greece

Cable: CANADIAN ATHENS
Tel: (011-30-1) 723-9511
Fax: (011-30-1) 724-7123
Telex: (Destination Code 601) 215584 (DOM GR)

Ireland
Commercial Division
Canadian Embassy
Canada House
65/68 St. Stephen's Green
Dublin 2, Ireland

Cable: DOMCAN DUBLIN
Tel: (011-353-1) 781988
Fax: (011-353-1) 781285
Telex: (Destination Code 500) 93803 (DMCN EI)

Italy
Commercial Division
Canadian Embassy
Via G.B. de Rossi 27
00161 Rome, Italy

Cable: CANADIAN ROME
Tel: (011-39-6) 841-5341
Fax: (011-39-6) 884-8752
Telex: (Destination Code 43) 610056 (DOMCAN I)
Territory: Provinces of Toscana, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzi-Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna
Other countries: Malta, Libya

Commercial Division
Canadian Consulate General
Via Vittor Pisani 19
20124 Milan, Italy

Cable: CANTRACOM MILAN
Tel: (011-039-2) 669-7451
Fax: (011-39-2) 670-4450
Telex: (Destination Code 43) 310368 (CANCON I)
Territory: Provinces of Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Trentino-Alto Adige, Veneto, Liguria, Val d'Aosta, Fruili-Venezia Giulia

Netherlands
Canadian Embassy
Sophialaan 7
2514 JP The Hague, Netherlands

Mailing Address:
Commercial Division
P.O. Box 30820
2500 GV The Hague, Netherlands

Cable: DOMCAN THE HAGUE
Tel: (011-31-70) 361-4111
Fax: (011-31-70) 561-111
Telex: (Destination Code 44) 31270 (DMCN NL)

Portugal
Commercial Division
Canadian Embassy
Av. Da Liberdade 144/56-4
1200 Lisbon, Portugal

Cable: CANADIAN LISBON
Tel: (011-351-1) 347-4892
Fax: (011-351-1) 347-6466
Telex: (Destination Code 404) 12377 (DOMCAN P)
Territory: Portugal, Azores, Madeira

Spain
Commercial Division
Canadian Embassy
Apartado 117
35, Nuñez de Balboa
28001 Madrid, Spain

Mailing Address:
Apartado 587
28080 Madrid

Cable: CANADIAN MADRID
Tel: (011-34-1) 431-4300
Fax: (001-34-1) 431-2367
Telex: (Destination Code 52) 27347 (DOMCA E)
Territory: Includes Spain and provinces outside the peninsula — Balearic Islands, Canary Islands

International Trade Centres

If you have never marketed abroad, please contact the International Trade Centre in your province. International Trade Centres are co-located with the offices of Industry, Science and Technology Canada, except for the Northwest Territories and the Yukon.

Alberta
International Trade Centre
Room 540
Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Tel: (403) 495-2944
Fax: (403) 495-4507
Telex: 037-2762

International Trade Centre
Suite 1100
510-5th Avenue S.W.
Calgary, Alberta
T2P 3J2
Tel: (403) 292-4575

British Columbia
International Trade Centre
P.O. Box 11610, Suite 900
650 West Georgia Street
Vancouver,
British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-1444
Fax: (604) 666-8330
Telex: 045-1191

Manitoba
International Trade Centre
330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-8036
Fax: (204) 983-2187
Telex: 075-7624

New Brunswick
International Trade Centre
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6452
Fax: (506) 857-6429
Telex: 014-2200
Toll Free: 1-800-332-3601

Newfoundland and Labrador
International Trade Centre
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-5511
Fax: (709) 772-5093
Telex: 016-4749

Nova Scotia
International Trade Centre
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-7540
Fax: (902) 426-2624
Telex: 019-22525

Ontario
International Trade Centre
Dominion Public Building
3th Floor
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5203
Fax: (416) 973-8714
Telex: 065-24378

Prince Edward Island
International Trade Centre
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown,
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400/7443
Fax: (902) 566-7450
Telex: 014-44129

Quebec
International Trade Centre
Stock Exchange Tower
Suite 3800
800 Victoria Place
P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185
Fax: (514) 283-3302
Telex: 055-60768

Saskatchewan
International Trade Centre
6th Floor
105–21st Street East
Saskatoon,
Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-5315/5318
Fax: (306) 975-5334
Telex: 074-2742

Industry, Science and Technology Canada (ISTC)

As noted above, the offices of Industry, Science and Technology Canada are co-located with the International Trade Centres and are also situated in the following locations.

Business Centre
Industry, Science and
Technology Canada (ISTC)
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5
Tel: (613) 995-5771

Northwest Territories
Industry, Science and
Technology Canada
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife,
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel: (403) 920-8578
Fax: (403) 873-6228
AES: (403) 920-2618

Yukon
Industry, Science and
Technology Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003
Telex: 014-2200

Trade Representation in Canada of EEC Member Countries

Belgium
Embassy of Belgium
85 Range Road, Suites 601-604
Ottawa, Ontario
K1N 8J6
Tel: (613) 236-7267-8-9

Belgium Consulate
1001 ouest, boulevard de Maisonneuve
Pièce 1250
Montréal (Québec)
H3A 3C8
Tel: (514) 849-7394

Belgium Consulate
8 King Street East, Suite 1901
Toronto, Ontario
M5C 1B5
Tel: (416) 364-5283

Belgium Consulate
701 West Georgia Street, Suite 1250
P.O. Box 10119, Pacific Centre
Vancouver, British Columbia
V7Y 1C6
Tel: (604) 682-1878

Britain
British High Commission
80 Elgin Street
Ottawa, Ontario
K1P 5K7
Tel: (613) 237-1530
Fax: (613) 237-7980

British Consulate General
Three McCauley Plaza
10025 Jasper Avenue
Edmonton, Alberta
T5J 1S6
Tel: (403) 428-0375

British Consulate General
1155 University Street
Montréal (Québec)
H3B 3W7
Tel: (514) 866-5863

British Consulate General
777 Bay Street, Suite 1910
College Park
Toronto, Ontario
M5G 2G2
Tel: (416) 593-1267

British Consulate General
111 Melville Street, Suite 800
Vancouver, British Columbia
V6E 3V6
Tel: (604) 683-4421

Assistant British Trade Commissioner
c/o Hignell Printing Ltd.
488 Burnell Street
Winnipeg, Manitoba
R3G 2B4
Tel: (204) 783-7237

Denmark
Embassy of Denmark
85 Range Road, Suite 702
Ottawa, Ontario
K1N 8J6
Tel: (613) 234-0704/0116/0204

Danish Consulate General
2020, rue de l'Université
Suite 1330
Montréal (Québec)
H3A 2A5
Tel: (514) 849-5391

Danish Consulate
151 Bloor Street West, Suite 310
Toronto, Ontario
M5S 1S4
Tel: (416) 962-5661

France
Embassy of France
42 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1M 2C9
Tel: (613) 232-1795

French Consulate General
2 Élysée, place Bonaventure, (C.P. 177)
Montréal (Québec)
H5A 1A7
Tel: (514) 878-4381

French Consulate General
1110, avenue des Laurentides
Québec (Québec)
G1S 3C3
Tel: (418) 688-0430

French Trade Commissioner
175 Bloor Street East
Suite 606
Toronto, Ontario
M4W 3R8
Tel: (416) 925-0025

French Consulate General
The Vancouver Block, Suite 1201
736 Granville Street
Vancouver, British Columbia
V6Z 1H9
Tel: (604) 681-2301

Germany, Federal Republic of
Embassy of the Federal Republic of Germany
1 Waverley Street
Ottawa, Ontario
K2P 0T8
Tel: (613) 232-1101-2-3-4-5

German Consulate General
2500 CN Tower
10004-104th Avenue
P.O. Box 363
Edmonton, Alberta
T5J 0K1
Tel: (403) 422-6175-6-7

German Consulate General
3455, rue de la Montagne
Montréal (Québec)
H3G 2A3
Tel: (514) 286-1820

German Consulate General
77 Admiral Road
Toronto, Ontario
M5R 2L4
Tel: (416) 925-2813-4-5

German Consulate General
501-325 Howe Street
Vancouver, British Columbia
V6C 2A2
Tel: (604) 684-8377

Greece
Embassy of Greece
76-80 MacLaren Street
Ottawa, Ontario
K2P 0K6
Tel: (613) 238-6271-2-3

Greek Consulate General
2015, rue Peel, Pièce 750
Montréal (Québec)
H3A 1T8
Tel: (514) 845-2105

Greek Consulate General
100 University Avenue, Suite 902
Toronto, Ontario
M5G 1V6
Tel: (416) 593-1636/1637

Greek Consulate
Suite 501-1200 Burrard Street
Vancouver, British Columbia
V6Z 2C7
Tel: (604) 681-1381

Ireland
Embassy of Ireland
170 Metcalfe Street
Ottawa, Ontario
K2P 1P3
Tel: (613) 233-6281

Italy
Embassy of Italy
275 Slater Street, 11th Floor
Ottawa, Ontario
K1P 5H9
Tel: (613) 232-2401-2-3

Italian Consulate General
3489, avenue Drummond
Montréal (Québec)
H3G 1X6
Tel: (514) 849-8351

Italian Consulate General
136 Beverley Street
Toronto, Ontario
M5T 1Y5
Tel: (416) 977-1566

Italian Trade Commission
Suite 505, 1200 Burrard Street
Vancouver, British Columbia
V6Z 2C7
Tel: (604) 684-7288

Netherlands
Embassy of the Netherlands
275 Slater Street, 3rd Floor
Ottawa, Ontario
K1P 5H9
Tel: (613) 237-5030

Netherlands Consulate General
Édifice Standard Life
Pièce 1500
1245 ouest, rue Sherbrooke
Montréal (Québec)
H3G 1G2
Tel: (514) 849-4247-8

Netherlands Consulate General
1 Dundas Street West
Suite 2106
Toronto, Ontario
M5G 1Z3
Tel: (416) 548-2520

Netherlands Consulate General
Crown Trust Building, Suite 821
475 Howe Street
Vancouver, British Columbia
V6C 2B3
Tel: (604) 684-6448/6449

Portugal
Embassy of Portugal
645 Island Park Drive
Ottawa, Ontario
K1Y 0B8
Tel: (613) 729-0883/2922/2270

Spain
Embassy of Spain
350 Sparks Street, Suite 802
Ottawa, Ontario
K1R 7S8
Tel: (613) 237-2193-4

Finland
Norway
Sweden
England
German Democratic Republic (G.D.R.)
Poland
U.S.S.R.
Belgium
Luxembourg
Federal Republic of Germany (F.R.G.)
Czechoslovakia
France
Austria
Hungary
Switzerland
Italy
Romania
Yugoslavia
Spain
Bulgaria
Turkey
Morocco
Algeria

COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

Guide de l'exportateur canadien

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada

Canada

COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

Guide de l'exportateur canadien

Pour de plus amples renseignements :

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie — Europe de l'Ouest (RWT)
Tél. : (613) 995-9401
Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne (REM)
Tél. : (613) 995-8297
Centre Info-Export
Tél. 1-800-267-8376

1989

(Also available in English)

TABLE DES MATIÈRES

		page
	INTRODUCTION	4
I.	LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE	5
II.	BELGIQUE ET LUXEMBOURG	25
III.	DANEMARK	30
IV.	ESPAGNE	34
V.	FRANCE	39
VI.	GRANDE-BRETAGNE	46
VII.	GRÈCE	54
VIII.	IRLANDE	59
IX.	ITALIE	63
X.	PAYS-BAS	70
XI.	PORTUGAL	75
XII.	RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE D'ALLEMAGNE	81
XIII.	ADRESSES UTILES	89
	Délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE	89
	Centres du commerce international	94
	Industrie, Sciences et Technologie Canada	96
	Représentants commerciaux des pays membres de la CEE au Canada	97

INTRODUCTION

La Communauté européeenne (CE) compte une population d'environ 320 millions d'habitants et fournit près du cinquième de la production mondiale de biens et de services. Il s'agit en fait de l'entité commerciale la plus importante du monde, représentant près du quart du marché mondial, mis à part les échanges entre ses pays membres. La CE est de loin la plus importante concentration de richesse économique, de puissance industrielle et de compétence technologique en dehors de l'Amérique du Nord. Le commerce entre le Canada et la CE est régi par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce plus communément appelé le GATT ainsi que par un accord cadre de coopération commerciale et économique intervenu en 1976.

L'objet de la présente publication est de sensibiliser les exportateurs canadiens aux intéressants débouchés commerciaux que leur offrent les pays membres de la Communauté européenne. La Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada ainsi que nos délégués commerciaux à l'étranger se feront un plaisir de fournir de plus amples renseignements au sujet des règlements et des conditions dont il est fait état dans la présente publication. On peut aussi s'adresser au Centre du commerce international le plus proche.

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada publie également une quantité de brochures destinées à renseigner les exportateurs sur divers sujets et sur ses programmes de promotion et de transfert de la technologie. Pour obtenir des exemplaires de ces brochures, veuillez vous adresser au Centre du commerce international de votre province ou utiliser la ligne sans frais de renseignements sur le commerce.

Les coordonnées des bureaux et organismes dont il est fait mention dans la présente brochure sont données en page titre ainsi qu'à la fin.

I. LA COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE

La Communauté économique européenne (CEE) rassemble 12 pays, à savoir la Belgique, le Danemark, l'Espagne, la France, la Grande-Bretagne, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas, le Portugal et la République fédérale d'Allemagne.

Au sens juridique, il existe trois communautés européennes distinctes qui partagent les mêmes institutions :

- la Communauté européenne du charbon et de l'acier (CECA) créée en 1951;
- la Communauté européenne de l'énergie atomique (EURATOM), créée en 1957; et
- la Communauté économique européenne, créée par le Premier traité de Rome, paraphé le 1er janvier 1958.

En juillet 1968, les six membres fondateurs de la Communauté ont concrétisé leur union douanière en supprimant tout droit de douane et tout contingentement du commerce intérieur. Aujourd'hui, les marchandises circulent librement entre les États membres et tous imposent des droits d'importation uniformes sur une marchandise donnée provenant de tiers pays. (Au 1er juillet 1977, la Grande-Bretagne et l'Irlande ont aligné leurs tarifs extérieurs sur ceux des autres membres de la Communauté, éliminant ainsi le tarif préférentiel accordé aux pays du Commonwealth, dont le Canada.)

En vertu d'une série d'accords de libre-échange intervenus entre la Communauté européenne et ses six pays voisins, soit l'Autriche, la Finlande, l'Islande, la Norvège, la Suède et la Suisse, qui forment l'Association européenne de libre-échange (AELE), les produits industriels circulent maintenant en franchise de droits entre les 18 États. Seuls les produits provenant de la zone de libre-échange profitent de l'exemption de droits. Des règlements fixent le pourcentage maximal, en valeur, de biens ou de services (pièces, matériel ou main-d'œuvre) en provenance de pays tiers qu'il est permis d'ajouter à la valeur totale d'un produit sans que celui-ci cesse de se conformer aux critères d'origine appliqués au commerce entre la CEE et l'AELE.

La Turquie est aussi associée à la CEE, en vertu d'une entente qui prévoit son adhésion future. Par ailleurs, Chypre et Malte ont signé des ententes douanières avec la CEE.

L'Algérie, l'Égypte, Israël, la Jordanie, le Liban, le Maroc, la Syrie et la Tunisie ont pour leur part conclu des ententes de coopération prévoyant l'accès de leurs biens industriels aux marchés de la CEE, ainsi qu'un traitement préférentiel pour leurs produits agricoles.

En 1971, la CEE a mis sur pied un régime de préférences généralisées à l'intention des pays en développement qui permet l'entrée en franchise de produits manufacturés et semi-manufacturés et de quelques produits agricoles transformés, à l'exclusion des matières premières. Le traitement de faveur (en franchise de droits) peut être retiré lorsque certains plafonds établis sont dépassés.

Conformément aux dispositions de la Convention de Lomé, la Communauté accepte en franchise de droits et de contingents tous les produits manufacturés et presque tous les produits agricoles en provenance de 60 pays de l'Afrique, des Antilles et du Pacifique, autrefois territoires dépendants de pays membres de la CEE.

Qu'est-ce-que l'Europe 1992?

Le Marché unique de « l'Europe 1992 » est un programme qui vise à éliminer les obstacles qui constituent encore des entraves à la libre circulation des biens, des capitaux, des services et de la main-d'oeuvre pour ainsi faire de la CE un marché commun véritablement unifié. Cet ambitieux projet a été lancé avec le Livre blanc de 1985 faisant état de près de 300 projets de loi qui devront être adoptés pour libéraliser complètement le commerce. On y proposait notamment des mesures pour réduire 1) les obstacles physiques (contrôles de douane et d'immigration aux frontières), 2) les obstacles techniques (normes techniques, exigences sanitaires et sécuritaires, non-mobilité des travailleurs et des professionnels, etc.) et 3) les obstacles fiscaux (TVA différente selon les États membres).

Pour illustrer la façon dont l'élimination des obstacles permet d'accroître l'efficience, un « Document administratif unique » a été introduit en 1988 en remplacement des quelque 70 formulaires que devaient fournir les camionneurs qui traversaient des frontières à l'intérieur du territoire de la Communauté.

Un rapport de la CE prédit que la mise en œuvre intégrale du projet de Marché unique pourrait contribuer à faire augmenter le produit intérieur brut (PIB) de 5 p. 100 et à créer entre deux millions et cinq millions d'emplois.

L'Europe 1992 est un programme extrêmement complet qui couvre presque tous les aspects du commerce au sein de la CE. Pour votre gouverne, voice quelques domaines qui seront touchés par le programme du Marché unique :

Normes techniques : L'Europe 1992 prévoit la « reconnaissance mutuelle » des produits ouvrés. Pour être plus explicite, un produit dont la vente est autorisée dans un État membre pourra aussi être vendu dans tous les autres États membres sans autre forme d'approbation. La CE travaille à l'élaboration de normes minimales à respecter pour ainsi assurer la protection de la santé et de la sécurité des personnes ainsi que de l'environnement.

Le programme du Marché unique prévoit l'élaboration de normes européennes touchant les télécommunications et l'informatique.

Investissement étranger : L'Europe continuera de réserver un bon accueil aux investissements étrangers. Les sociétés canadiennes surveillent attentivement les travaux de la Commission européenne qui prépare une nouvelle loi sur les sociétés ainsi que les mesures que prend la Communauté pour harmoniser les divers aspects du droit des sociétés, initiatives qui affecteront fort probablement les acquisitions par des intérêts étrangers.

Développement de la technologie : Les programmes technologiques au sein de la Communauté prennent plus d'importance en ce sens qu'en plus de contribuer au développement de la recherche ou de la technologie proprement dite, ils visent à coordonner les efforts nationaux en matière de recherche et de développement. Les grands programmes de R-D de la CE (10 milliards $ en cinq ans) portent sur l'informatique, les télécommunications, les techniques de fabrication et les matériaux de pointe.

Marchés publics : Le programme Europe 1992 cherche à ouvrir les procédures nationales d'appels d'offres aux sociétés de tous les États membres, surtout dans les secteurs des télécommunications, de l'eau, de l'énergie et des transports.

Secteurs bancaire et financier : La libéralisation des secteurs bancaire et financier pourrait éventuellement déboucher sur une banque centrale européenne et une monnaie commune, mais probablement pas en 1992.

Mesures environnementales : Le programme du Marché unique comprend un certain nombre de mesures directement liées à l'environnement: dont des directives exigeant des études d'incidence environnementale pour les grands projets d'investissement, établissant des calendriers de réduction des émissions polluantes des usines et des véhicules à moteur, et introduisant le régime de responsabilité civile pour les dommages écologiques.

L'initiative Europe 1992 s'est accélérée et a orienté les changements structurels déjà observés dans l'industrie européenne. Ces changements favoriseront les fusions et les acquisitions nationales et transfrontières, les alliances transfrontières en matière de R-D, de production et de commercialisation ainsi que la rationalisation des installations de production à l'échelle de l'Europe.

Le Marché européen de 1992 présente d'importants défis et de grandes possibilités au Canada et à ses entreprises. Il donnera à nos gens d'affaires un meilleur accès à tous les États membres de la CE, mais en contrepartie exigera d'eux qu'ils accroissent leurs investissements en Europe ou qu'ils forgent des alliances avec des partenaires européens pour pouvoir tirer pleinement avantage des nouvelles règles. Il ouvrira de nouveaux marchés, comme celui des télécommunications, mais intensifiera aussi la concurrence que des firmes européennes de plus en plus efficientes exerceront en Europe, dans des pays tiers et sur le marché intérieur du Canada.

Coopération Canada-CE en matière d'économie et de sciences et technologie

Le Canada et la Communauté européenne entretiennent dans l'ensemble de très bonnes relations économiques, malgré leurs divergences en matière de pêche et d'agriculture. Le Canada est en fait la seule nation industrialisée non européenne à avoir signé avec la CE un accord cadre de coopération commerciale et économique. L'Accord, signé en 1976, applique aux deux parties le régime de la nation la plus favorisée et encourage la coopération industrielle aux plans des investissements, des coentreprises, des consortiums, des accords de licence et des transferts de technologie.

Aux termes de l'Accord, les représentants du Canada et de la CE se réunissent chaque année pour faire le point sur les activités commerciales courantes et projetées. Ces rencontres officielles vont probablement prendre encore plus d'importance avec le projet de la Communauté d'unifier son marché d'ici à la fin de 1992, donnant ainsi au Canada l'occasion unique de discuter de problèmes économiques et de participer à la vie économique de l'Europe.

Le même Accord a également permis une coopération Canada-CE en matière de sciences et de technologie : huit ententes officielles de recherche et de développement technologique ont été signées depuis 1980 sur l'énergie, les matières premières, la santé et l'environnement.

Ces ententes permettent l'échange de données scientifiques et de chercheurs ainsi que l'établissement de projets conjoints de recherche avec des universités, des laboratoires gouvernementaux et des industries. Le Canada étant entre autres un leader dans la technologie du tritium (un produit dérivé du réacteur canadien CANDU), des équipes de la CE spécialisées dans la recherche sur la fusion comptent déjà des membres canadiens, et des marchés ont été adjugés à des entreprises canadiennes compétentes.

Le Canada explore la possibilité de renforcer sa coopération avec la Communauté européenne dans un certain nombre de domaines de recherche, dont l'environnement, les sources d'énergie non nucléaires, la biotechnologie, les télécommunications, l'informatique et les matériaux de pointe. Le ministre canadien des Sciences et de la Technologie et le Secrétaire d'État aux Affaires extérieures ont réitéré cet intérêt à leurs homologues de la CE et proposé la négociation d'un accord sur la science et la technologie.

La CE est l'un des membres du club ministériel EUREKA, qui réunit 18 pays d'Europe de l'Ouest. Ce club dirige un programme plurisectoriel de développement technologique regroupant 297 projets d'une valeur globale de dix milliards de dollars. Ce programme européen fait appel à la participation de 1 600 firmes et instituts de recherche de l'Europe. Un petit nombre d'entreprises canadiennes ont jusqu'ici réussi à s'immiscer dans des projets EUREKA en s'alliant à des partenaires européens.

Tarifs douaniers

Le Tarif douanier commun (TDC) de la CEE, qui s'applique aux marchandises importées de pays tiers, dont le Canada, s'inspire du Système international harmonisé de classification tarifaire.

Le 1er janvier 1988, le Système harmonisé a été adopté par la CEE et par la plupart des autres nations industrialisées (y compris le Canada et les États-Unis). Ce système se fonde sur la Nomenclature du Conseil de coopération douanière.

Dans les pays de la Communauté, les droits de douane sont prélevés sous forme de droits « *ad valorem* » ou de droits « spécifiques ». Le TDC utilise en grande partie les droits *ad valorem* qui sont imposés sur un pourcentage de la valeur déclarée, telle que définie dans les règlements de la CEE (voir la section « Valeur en douane »). Dans les autres classifications où sont imposés des droits spécifiques, le tarif est calculé à l'unité, au poids net ou selon toute autre mesure de quantité spécifiée.

On peut obtenir des renseignements concernant la classification des produits canadiens dans le TDC et les frais de douane afférents en communiquant avec la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Valeur en douane

Un accord international sur la valeur en douane a fixé des normes uniformes pour l'établissement de la valeur des marchandises importées aux fins du calcul des droits de douane *ad valorem*.

S'il n'existe aucun lien entre l'importateur et l'exportateur, les autorités douanières fixent la valeur en douane d'après le prix effectivement payé ou payable au moment de la vente des marchandises aux fins d'exportation (le « prix transactionnel »). Le prix pourrait être ajusté dans certains cas prévus dans l'accord.

Si le prix transactionnel ne peut être utilisé comme valeur en douane, les autorités douanières établiront cette valeur en utilisant les méthodes sous-mentionnées dans l'ordre suivant :

1. le prix transactionnel pour des marchandises identiques vendues à l'exportation au même pays;
2. le prix transactionnel pour des marchandises analogues vendues à l'exportation au même pays;
3. le prix auquel les marchandises importées ou, encore des marchandises identiques ou analogues sont revendues dans le pays d'importation à des personnes n'ayant aucun lien, ajusté de manière à tenir compte des frais et des profits normaux après l'importation; et

4. une valeur « calculée » d'après le coût de production majoré des dépenses et des profits normaux.

À la demande de l'importateur, l'ordre de mise en application des deux dernières méthodes de calcul de la valeur en douane peut être inversé.

Si la valeur en douane ne peut être déterminée à l'aide de ces méthodes, elle peut l'être en utilisant pour ce faire des « moyens raisonnables » qui sont conformes aux dispositions de cet accord et de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT).

Les emballages des produits importés sont assujettis aux mêmes droits que le produit lui-même. S'il s'agit d'un emballage différent du type habituellement utilisé pour ce genre de produit, qui peut être utilisé à d'autres fins que l'emballage, ou si ce type d'emballage a été utilisé afin de ne pas payer les droits autrement applicables, cet emballage est assujetti aux droits qui lui seraient normalement imposables dans le cas d'une livraison distincte.

Droits antidumping et droits compensateurs

D'après les statuts et règlements, le Conseil des ministres et la Commission (l'exécutif) de la CE doivent veiller à l'application des contrôles antidumping à l'intérieur de la Communauté. Toutefois, il incombe aux pays membres de traiter les demandes de révision des règlements, de soumettre les détails pertinents, et de demander une intervention immédiate sur le marché (droits antidumping temporaires), et de voir à l'application des décisions du Conseil.

En vertu de la réglementation antidumping, la Commission a le pouvoir d'imposer des droits antidumping sur les importations provenant de n'importe quel pays si celles-ci sont vendues à perte ou si elles sont subventionnées. Il est d'ailleurs dans l'intérêt de la Communauté de prendre de telles mesures lorsque les autorités sont convaincues que les ventes à perte ou la subvention causent ou menacent de causer un tort sensible à l'une des industries des pays de la Communauté ou, encore, retardent matériellement l'établissement d'une industrie dans la Communauté.

Les marchandises sont généralement considérées comme vendues à perte lorsque le prix d'exportation fixé est inférieur à celui de la juste valeur marchande dans le pays d'origine. Le prix auquel se vendent des produits identiques ou comparables, au cours normal du marché dans le pays

d'origine, constitue la juste valeur marchande. Cependant, ce prix peut être rajusté pour que la comparaison entre la juste valeur marchande et le prix d'exportation soit équitable.

Des droits compensateurs sont imposés lorsque des exportations subventionnées par le gouvernement du pays exportateur sont vendues à un prix inférieur au prix demandé sur le marché national et menacent ainsi l'industrie du pays importateur. L'aide financière comprend toute prime ou subvention accordée directement ou indirectement par un gouvernement ou une autre autorité aux fins de la production ou de l'exportation de produits.

Si les faits portés à leur connaissance prouvent qu'il y a réellement vente à perte ou aide financière et que celles-ci causent ou menacent de causer un tort sensible à une industrie de la Communauté, les autorités peuvent aussi imposer des frais provisoires en attendant les résultats d'une enquête approfondie. Aucun droit ne peut être imposé en vertu d'une ordonnance de frais provisoires, mais une garantie (habituellement un dépôt en espèces) peut être exigé pour couvrir tout droit susceptible d'être imposé. La durée de validité des ordonnances de frais provisoires est habituellement de trois mois. Dans le cas d'importations provenant de pays signataires du Code antidumping du GATT (dont le Canada), la Commission prolongera cette durée de six mois si les exportateurs et les importateurs en cause en font la demande.

Avant que l'enquête ne débute, la Commission doit informer toutes les parties en cause des détails de l'affaire en publiant un avis dans le *Journal officiel de la Communauté européenne*. De même, le gouvernement canadien et tout exportateur canadien directement intéressé est informé lorsqu'une enquête est envisagée.

Le manufacturier et l'exportateur étrangers de même que l'importateur du produit en question sont tenus de fournir toute preuve demandée relativement à une plainte de dumping et présenter toute objection à l'appui de leur position. De même, les consommateurs et les utilisateurs de produits importés peuvent exprimer leur opinion, puisqu'il appartient à la Commission de déterminer s'il y a lieu d'imposer un droit quelconque pour protéger les intérêts de la Communauté. La Communauté n'a pas le pouvoir d'obliger une personne à lui fournir des renseignements, mais il est dans l'intérêt de toutes les parties de prendre des décisions éclairées, à la lumière de faits et de considérations pertinentes.

Des représentations verbales ou écrites peuvent être faites auprès de la Commission. Pour faciliter ces représentations, toutes les parties en cause peuvent obtenir un résumé confidentiel de la demande. Il n'y a pas d'audiences publiques et habituellement pas de confrontation entre les diverses parties en cause.

Barrières non tarifaires

Les barrières non tarifaires sont des mesures et des pratiques susceptibles d'entraver directement ou indirectement les échanges commerciaux. Bien qu'elles puissent être justifiées dans certains cas (règlements pour la santé et la sécurité), elles peuvent être en soi des entraves à la libre circulation des marchandises. Maintenant que les négociations commerciales réduisent les barrières tarifaires et que la libéralisation du commerce est encouragée, les barrières non tarifaires revêtent une importance grandissante.

Dans les pays de la CEE, les barrières non tarifaires qui touchent les secteurs agricole et sidérurgique sont imposées par la CEE, tandis que celles qui touchent les produits industriels sont imposées par les États membres.

Les barrières non tarifaires qui nuisent aux exportations du Canada vers les pays de la Communauté comprennent les certificats sanitaires pour les plantes et pour les animaux, les licences, les normes et les politiques d'achat des gouvernements.

Droits variables. Des droits variables sont perçus sur l'importation d'un grand nombre de produits agricoles. Le calcul de ces droits varie selon les produits, mais ils représentent généralement l'écart entre le prix du produit sur le marché mondial et le prix de soutien de la CEE, plus un certain montant visant à privilégier les produits de la Communauté.

Règlements relatifs au prix minimal. Un prix minimal, ou prix de référence, est établi pour les pommes, cerises, pêches, poires, prunes, maïs en grains, tomates et autres fruits et légumes frais, ainsi que pour certains produits de l'acier. Ce prix est établi d'après les prix de ces produits sur le marché de la Communauté. Des droits compensatoires sont perçus sur les produits importés qui sont vendus à un prix inférieur au prix de référence.

Les délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE tiennent toujours compte de ces facteurs lorsqu'elles répondent aux demandes de renseignements des exportateurs canadiens.

Les exportateurs doivent donc être prêts à se conformer aux directives spécifiques d'agents ou d'importateurs, car les barrières non tarifaires peuvent être temporaires ou imposées uniquement durant certaines périodes précises de l'année.

Documentation

Aucune facture de douane précise n'est requise pour dédouaner les marchandises canadiennes dans les divers États membres de la CEE. En général, il suffit d'utiliser les factures commerciales courantes de l'exportateur et les documents d'envoi habituels pour les marchandises exportées. Les renseignements suivants peuvent toutefois vous être utiles :

Facture commerciale. Normalement, il suffit de fournir deux copies de la facture commerciale sur laquelle il est fait état de tous les détails nécessaires à l'établissement de la valeur coût, assurance, fret (CAF). Bien qu'aucune forme ou teneur particulière de facture commerciale ne soit prescrite, nous vous conseillons d'y faire mention des détails suivants :

- la date et le lieu de l'envoi;
- l'étiquetage des paquets et leur ordre numérique;
- la description exacte des produits : nature, quantité, qualité, poids (brut et net, de préférence en unités métriques) en soulignant les facteurs qui pourraient en modifier la valeur;
- le prix convenu des produits, y compris le coût unitaire et le coût total franco à bord (FOB) à l'usine plus expédition, assurance et autres frais;
- les conditions de livraison et de paiement; et
- la signature d'un agent responsable de l'entreprise expéditrice.

Il n'est habituellement pas nécessaire de se procurer un certificat de la Chambre de commerce ni de faire authentifier la facture par le consul.

Lancée par la Chambre de commerce internationale, la publication *Incoterms* est utilisée dans toute l'Europe pour éviter les malentendus quant aux responsabilités des acheteurs et des vendeurs. Les exportateurs canadiens auraient avantage à se reporter aux définitions et aux procédures décrites dans les publications *Incoterms* et *Guide pour les Incoterms*, que l'on peut se procurer aux adresses suivantes :

CCI Services S.A.R.L.
38, cours Albert 1er
75088 Paris
France
Téléphone : 261-8597
Télex : 650770

Délégations commerciales canadiennes :

1080, Beaver Hall
Bureau nº 1630
Montréal (Québec)
Canada H2Z 1T2
Téléphone : (514) 866-4334

200, rue Elgin
Bureau nº 301
Ottawa (Ontario)
Canada K2P 2J7
Téléphone : (613) 238-4000

Certificat d'origine. Sauf pour les produits textiles et les vêtements, un certificat d'origine n'est habituellement pas exigé pour les produits importés du Canada. L'importateur peut toutefois l'exiger pour des importations contingentées de certains produits tels les vins, les textiles, etc. Les exemplaires de ce certificat doivent être fournis sur les formulaires courants vendus par les imprimeurs commerciaux. Les certificats d'origine, lorsqu'ils sont requis, doivent habituellement être authentifiés par une Chambre de commerce, un *Board of Trade* ou un autre organisme semblable.

Connaissement. Aucun règlement ne précise le type de formulaire à employer ni le nombre de connaissements requis pour un envoi en particulier. Un connaissement contient habituellement les renseignements suivants :

- le nom de l'expéditeur;
- les nom et adresse du destinataire;
- le port de destination;
- la description des produits;
- la liste détaillée des frais de transport et autres coûts;
- le nombre de connaissements constituant le jeu complet; et
- la date et la signature du transporteur officiel accusant ainsi réception des produits à expédier.

Les renseignements donnés doivent correspondre à ceux qui figurent sur les factures et les paquets. Les connaissements sans transbordement ou sur demande sont acceptés. Pour les envois par cargo aérien, le connaissement aérien remplace le connaissement ordinaire.

Note de colisage. Bien qu'elle ne soit pas exigée, la note de colisage permet d'accélérer le dédouanement de la marchandise au port d'entrée. Cette note doit fournir une description exacte et détaillée du contenu de chaque caisse ou conteneur compris dans l'envoi et mentionner les poids net et brut ainsi que la valeur CAF de chaque produit.

Certificats sanitaires et phytosanitaires. Pour exporter des plantes, des produits végétaux, des animaux ou des produits d'origine animale dans la Communauté, il faut habituellement se procurer un certificat sanitaire délivré par Agriculture Canada. Si vous vous proposez d'entrer sur ces marchés, il serait souhaitable de communiquer avec la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada à Ottawa concernant les animaux et les produits d'origine animale ainsi que les plantes et les produits végétaux, ou de vous adresser à un bureau d'Agriculture Canada dans votre région pour déterminer les conditions à remplir au moment de l'envoi de ces produits à la Communauté européenne.

Remarques complémentaires. Dans toute la mesure du possible, envoyez sous pli séparé la documentation requise au destinataire avant l'envoi des marchandises afin que les Douanes puissent en prendre connaissance en même temps que les documents d'entrée. Le fait de placer ces documents dans le colis expédié occasionnera des retards. En outre, les destinations et les descriptions qui figurent sur les documents doivent être rédigées suivant les termes du Tarif douanier commun ou du tarif douanier en vigueur dans le pays de destination et, autant que possible, dans la langue de l'État membre auquel sont destinés les produits. Les documents en français ou en anglais sont toutefois acceptés partout dans la Communauté, sauf en France, où ils doivent absolument être rédigés en français.

Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA

Qu'est-ce qu'un carnet? Le carnet (Admission temporaire), couramment appelé carnet ATA, est un document douanier spécial qui simplifie les formalités douanières pour les gens d'affaires et les professionnels désirant importer sur une base temporaire des échantillons commerciaux, du matériel professionnel et des produits connexes dans la plupart des principaux pays.

Le carnet consiste en une chemise verte qui renferme un certain nombre de feuilles douanières de couleurs différentes. Il y a deux feuilles blanches pour chaque pays visité : l'une utilisée à l'entrée et l'autre à la sortie. Des lignes pointillées perforées séparent ces feuilles en talons (en haut) et en volets détachables (en bas). Les volets sont estampillés, signés et conservés par les autorités douanières à l'entrée comme à sortie d'un pays. Les talons, également estampillés et signés par les Douanes, restent dans la chemise du carnet. Il y a aussi deux feuilles jaunes (comprenant talons et volets) utilisées à la sortie du Canada et au retour au pays. Lorsque la marchandise est transportée d'une frontière à une autre entre deux pays, des feuilles bleues se trouveront aussi dans la chemise.

Votre carnet sera préparé en fonction de vos besoins.

Pourquoi utiliser un carnet? Le carnet constitue une aide précieuse qui accélère et facilite le transport de produits importés sur une base temporaire. Son utilisation permet d'éviter certaines formalités douanières comme la préparation du formulaire de déclaration nationale ou l'achat d'un cautionnement douanier à des fins de nantissement à chaque barrière douanière, lesquelles exigent efforts, temps et argent. Le carnet permet donc au voyageur de commerce :

- de se servir d'un seul carnet pour le transport des produits qui passeront à la douane de plusieurs pays au cours d'un même voyage;
- de prendre les dispositions douanières requises par les pays où il doit se rendre;
- de remplir rapidement les conditions requises à un coût fixé à l'avance; et
- d'effectuer autant de voyages qu'il en a l'intention pendant la période de validité du carnet qui est d'un an.

Qui peut se servir d'un carnet? Les représentants (vendeurs, techniciens, représentants d'organismes de réglementation professionnelle, équipes professionnelles) d'entreprises canadiennes voyageant à l'étranger, peuvent se servir d'un carnet qu'ils trouveront d'ailleurs fort utile.

Quelle est la durée de validité d'un carnet? Un carnet est valable pendant un an à compter de sa date d'émission. Cette période ne peut être prolongée et tous les articles inscrits dans un carnet doivent être ramenés au Canada à l'échéance de celui-ci.

Combien de temps faut-il prévoir pour obtenir un carnet? Il faut compter quatre jours à compter de la réception de la demande par la Chambre de commerce du Canada. Ce délai peut toutefois varier selon le nombre de demandes reçues pendant la même période.

Dans quels pays peut-on se servir des carnets? Les carnets peuvent être émis pour utilisation dans tous les pays de la CEE.

C'est la Chambre de commerce du Canada qui émet les carnets ATA, et qui s'occupe de l'administration du système et de l'émission de garanties au Canada.

On peut obtenir de plus amples renseignements sur le carnet ATA ainsi que des formules de demande de carnet en s'adressant à :

Carnet Canada
La Chambre de commerce du Canada
1080, côte du Beaver Hall
Bureau 1730
Montréal (Québec)
H2Z 1T2
Téléphone : (514) 866-4334

ou à

Carnet Canada
The Canadian Chamber of Commerce
Richmond — Adelaide Centre, Suite 2109
120 Adelaide Street West
Toronto (Ontario)
Canada M5H 1T1
Téléphone : (416) 868-6415
Télécopieur : (416) 868-0189

ou à

La Chambre de commerce du Canada
55, rue Metcalfe, bureau 1160
Ottawa (Ontario)
Canada K1P 6N4
Téléphone : (613) 238-4000
Télécopieur : (613) 238-7643

Étiquetage, emballage et publicité des aliments

La CEE a des directives qui régissent l'étiquetage, l'emballage et la publicité des aliments préemballés destinés au commerce de détail. Les produits qui ne respectent pas les normes établies ne sont pas acceptés dans les pays de la CEE.

Pour la gouverne de ceux qui exportent dans la Communauté des produits alimentaires préemballés, voici les grandes lignes de ces directives :

L'étiquette doit faire mention :

- du nom commercial du produit;
- de la liste des ingrédients qui le compose;
- de la quantité nette contenue dans l'emballage, exprimée en unités métriques;
- de la durée minimale (de conservation);
- des conditions d'entreposage recommandées ou des méthodes de préparation particulières;
- des nom et adresse du fabricant ou de l'emballeur, ou du distributeur établi dans la Communauté;
- du pays d'origine du produit; et
- du mode d'emploi dans le cas où l'acheteur a besoin d'instructions pour apprêter le produit.

Si le produit est prêt pour la consommation, l'étiquette doit également indiquer si le contenu a été cuit à la vapeur, bouilli, fumé, séché à froid, pulvérisé, congelé ou préparé de quelque autre manière.

L'étiquetage qui sera jugé trompeur du point de vue de l'origine, de la composition, de la quantité, de l'identification, des caractéristiques, du mode de fabrication ou de production, sera proscrit et le commerce du produit en cause sera alors interdit.

La langue employée dans l'étiquetage ou la publicité doit être celle de l'État membre auquel les marchandises sont destinées. Les autres langues reconnues par la Communauté sont acceptables dans certains cas. Les caractères des lettres doivent avoir au moins 1,5 mm de hauteur et pas moins du dixième de la grosseur des plus gros caractères employés sur l'étiquette qui, eux, ne doivent toutefois pas dépasser 5 mm de hauteur.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'étiquetage des produits alimentaires destinés aux pays membres de la CEE, veuillez vous adresser à la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Taxes à la valeur ajoutée (TVA)

La plupart des produits vendus dans la CEE, qu'ils soient importés ou fabriqués dans un des pays membres, sont assujettis à une taxe à la valeur ajoutée. Cette taxe est

appelée par les francophones « TVA » (taxe à la valeur ajoutée) et « VAT » (value-added tax) par les anglophones. Tous les pays de la Communauté ont une méthode uniforme d'application de la TVA, mais les taux appliqués varient d'un pays à l'autre.

Dans certains cas, il existe deux ou trois catégories de taux : le taux courant, le taux moins élevé ou exemption visant les denrées alimentaires ou autres produits essentiels, et le taux plus élevé ou principal applicable aux produits de luxe et aux articles non essentiels.

À compter de janvier 1989, le taux courant de la TVA des pays de la CEE est le suivant :

Belgique	19 %
Danemark	22 %
Espagne	12 %
France	18,6 %
Grèce	16 %
Irlande	25 %
Italie	19 %
Grande-Bretagne (R.-U.)	15 %
Luxembourg	12 %
Pays-Bas	18,5 %
Portugal	17 %
République fédérale d'Allemagne	14 %

La taxe à la valeur ajoutée payée dans un pays membre sur les marchandises vendues entre les pays de la CEE peut être recouvrée sur présentation d'un document prouvant que les marchandises, déjà assujetties à la TVA dans le pays d'exportation, ont été expédiées dans un autre pays membre de la CEE.

La taxe à la valeur ajoutée est calculée à partir de la valeur à l'acquitté des produits importés. On peut obtenir de plus amples renseignements concernant les taux imposés par les États membres de la Communauté en s'adressant à la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada. Les demandes doivent comprendre si possible une description détaillée du produit, dont le numéro SH (système harmonisé) et le pays de destination.

Politique de concurrence de la CEE

La politique de concurrence de la Communauté est sévère. Les accords restrictifs comme le partage du marché sont

strictement interdits et les situations de quasi-monopole ne doivent pas être exploitées à outrance.

La Commission tire son mandat du traité de Rome qui interdit explicitement les accords visant à restreindre le commerce, y compris ceux qui fixent les prix, limitent la production et découpent les marchés sans avantager le consommateur. Ces règlements s'appliquent aux accords intérieurs entre au moins deux sociétés nationales et aux ententes conclues entre les entreprises de la CEE et celles de tiers pays. Le traité de Rome proscrit tout « abus de situation de quasi-monopole » dans la CEE, qui nuirait au commerce entre les États membres. Toutefois, le traité ne définit pas l'expression « situation de quasi-monopole ».

Outre la réglementation de la Communauté sur les pratiques restrictives et abusives, chaque État membre a ses propres règlements dans ce domaine, ce qui, par le passé, a entraîné des malentendus. Les conflits peuvent être résolus à partir des principes directeurs établis par la Cour de justice de la Communauté européenne. C'est la loi de la Communauté qui prévaut et celle-ci doit être appliquée intégralement et uniformément à l'échelle du Marché commun.

Uniformisation des normes industrielles

La Communauté estime que la diversité des normes en vigueur dans les États membres constitue un obstacle technique au commerce. Elle a donc mis sur pied un programme permanent d'uniformisation des normes.

La Communauté a entrepris une étude approfondie de toutes les barrières matérielles, techniques et fiscales qui entravent le commerce et gênent les activités menées à l'échelle de la Communauté par l'industrie et les particuliers. En juin 1985, elle a publié un livre blanc qui contenait trois cents propositions visant à éliminer ces barrières et ainsi créer un véritable marché unique en Europe. Le livre blanc a été présenté aux chefs des gouvernements de la Communauté européenne, qui y ont donné leur aval et se sont engagés à remplir toutes les conditions nécessaires à la création d'un marché unique d'ici 1992.

Un grand nombre des propositions générales contenues dans le livre blanc ont été adoptées. Dans le secteur industriel, des directives précises ont été émises. Il incombe à chaque État membre de faire respecter les normes de la CEE.

Les normes qui ont déjà été uniformisées ont surtout trait aux transporteurs routiers, aux automobiles, aux tracteurs agricoles et au matériel météorologique. Il est généralement reconnu que les normes nationales demeurent en vigueur jusqu'à l'approbation d'une directive par le Conseil et sa publication dans le journal officiel de la CEE.

Les exportateurs de produits ou de matériel industriels peuvent continuer à obtenir de leurs clients l'aide nécessaire concernant les normes à observer pour les envois en Europe. Si les parties intéressées sont avisées de modifier les produits à exporter vers la Communauté, elles peuvent communiquer avec la Direction du secteur industriel pertinent d'Industrie, Sciences et Technologie Canada pour vérifier le règlement de la CEE ou pour faire préciser une directive particulière.

Politique agricole commune de la CEE

Depuis son entrée en vigueur en 1962, la Politique agricole commune (PAC) de la CEE a exercé une influence considérable sur la production et le commerce des produits agricoles dans les États membres de la Communauté européenne et même à l'échelle internationale. Les éléments de base de cette politique comprennent la suppression des obstacles au commerce intracommunautaire, l'établissement de prix de soutien intérieurs et une réglementation commune concernant les importations et les exportations.

Par l'intermédiaire des organismes interventionnistes qui achètent les produits agricoles à des niveaux de prix fixés à l'avance, la CEE a maintenu sur le marché intérieur les prix de la plupart des produits agricoles à des niveaux généralement bien supérieurs à ceux du marché mondial. Elle y est parvenue en protégeant le marché intérieur de la concurrence étrangère au moyen de droits d'importation variables, empêchant ainsi la vente de produits étrangers dans la CEE à des prix inférieurs aux prix locaux et faisant en sorte que seuls sont importés les produits qui ne peuvent être fournis par la Communauté.

Les prix élevés qui ont cours sur le marché intérieur ont stimulé la production agricole de la Communauté et entraîné des surplus de produits tels que le bœuf, le lait en poudre et le beurre. Pour permettre aux exportateurs de la Communauté de vendre ces produits sur les marchés mondiaux à des prix concurrentiels, une remise (subvention) leur est versée afin de combler l'écart entre les prix élevés de la Communauté et les prix mondiaux. Dans certains cas, cette

subvention a placé les exportateurs de produits agricoles de la CEE en situation avantageuse sur certains marchés par rapport aux exportateurs d'autres pays.

La Politique agricole commune est financée par le Fonds européen d'orientation et de garantie agricole, qui tire environ les deux tiers de ses revenus des droits de douane et des droits d'importation de produits agricoles. Le troisième tiers des revenus du Fonds provient des contributions versées par les États membres.

Bien que la CEE constitue le plus vaste marché d'exportation pour les produits agricoles du Canada, ce marché est néanmoins difficile à percer en raison de la politique agricole commune de la Communauté.

II. LA BELGIQUE ET LE LUXEMBOURG

Observations générales

La Belgique est un pays moderne et très industrialisé. Son secteur tertiaire (services) est en pleine expansion, tandis que ses secteurs de production industrielle et de fabrication traditionnelle accusent un léger recul.

En situation de dépendance en ce qui a trait aux matières premières, la Belgique a fondé son économie sur la force et l'efficacité de ses industries de transformation, et sa localisation de choix, aux portes de l'Europe septentrionale constitue toujours un de ses atouts majeurs. Depuis 1975, les secteurs de l'acier, de la métallurgie, de la production des machines et du matériel de transport ont perdu de l'importance au profit de l'électronique, des produits chimiques élaborés, des produits pharmaceutiques, des produits agro-alimentaires, et du secteur tertiaire. Mais les relations commerciales entre la Belgique et le Canada commencent seulement à refléter ces nouvelles tendances, les produits minéraux, forestiers et alimentaires représentant toujours la part principale de nos exportations et les produits belges importés étant essentiellement des produits de l'industrie sidérurgique, de l'outillage, du matériel de transport, des produits chimiques et pharmaceutiques et des diamants.

Bien qu'elle ne compte que 10 millions d'habitants, la Belgique se classe au dixième rang mondial par l'importance de ses exportations et de ses importations. En outre, avec un commerce extérieur représentant 70 p. 100 de son produit national brut (PNB), l'économie belge est la plus ouverte du monde industrialisé, même si le pays applique le tarif extérieur commun de la CEE. Au sein de la CE, et tout particulièrement pour les trois pays limitrophes que sont l'Allemagne, la France et les Pays-Bas, la Belgique représente un lieu de transit important. Le pays sert également de base de fabrication des produits destinés à l'Europe occidentale et, en tant que marché-test, elle est très représentative de ses voisins plus grands. Ces caractéristiques, conjuguées à la possibilité d'utiliser le français ou l'anglais pour les transactions et discussions d'affaires, fournissent ainsi aux exportateurs canadiens un excellent point de

départ pour tout ce qui a trait aux ventes ou aux investissements dans un marché européen unifié.

Une certaine connaissance de la politique interne belge peut s'avérer utile. Le pays est divisé en deux grandes régions linguistiques, les Néerlandophones (ou Flamands) occupant le nord du pays et les Francophones (ou Wallons) occupant le sud du pays. Une troisième région linguistique moins importante, située à l'est, regroupe la communauté germanophone belge. Tout au long de son histoire, la Belgique a connu (et connaît encore) des conflits opposant Flamands et Wallons et un système gouvernemental fédéral vient d'être instauré afin de donner une plus grande indépendance à chaque groupe linguistique/culturel. Bruxelles, la capitale, est officiellement bilingue et jouit à ce titre d'un statut particulier. Toute personne désireuse de faire des affaires en Belgique se doit d'être sensible aux différences régionales y existant.

On peut facilement obtenir des données statistiques sur l'économie et l'industrie belges en s'adressant au gouvernement, aux banques ou aux associations commerciales. Ces dernières offrent une foule de renseignements sur les secteurs manufacturiers et de services.

Comment pénétrer le marché belge

La Belgique, bien que réceptive au commerce avec l'étranger, demeure un marché hautement compétitif et raffiné, où les produits des pays membres de la CEE et les produits non agricoles de l'Association européenne de libre-échange (AELE) entrent en franchise de droits. Les entreprises canadiennes qui espèrent trouver des débouchés sur le marché belge doivent surmonter l'obstacle du Tarif extérieur commun (TEC) et soutenir la concurrence en termes de qualité, de prix et de livraison.

Comment faut-il aborder ce marché? Il nous est impossible d'apporter une réponse qui soit valable dans tous les cas, étant donné que les différents produits se vendent de diverses façons et que chaque fabricant utilise une méthode d'exploitation qui lui est propre. Dans certains cas, les ventes directes constituent la meilleure solution, particulièrement pour ceux qui font affaire avec une entreprise ayant de nombreuses succursales ou avec un ou quelques clients industriels importants.

La plupart des entreprises canadiennes ont recours aux services d'un représentant ou d'un importateur-distributeur.

Il existe divers organismes de ce genre en Belgique, mais l'exportateur doit prendre soin de choisir l'entreprise la plus compétente dans son secteur. En raison de la concurrence très vive qui s'exerce sur le marché, il est parfois difficile de trouver les représentants idéaux qui ne sont déjà surchargés ou qui ne travaillent pas pour le compte d'un compétiteur.

Bien que certains représentants se limitent à des régions particulières du pays, la plupart ont comme territoire l'ensemble de la Belgique, et parfois même le Luxembourg. Quelques-unes des grandes entreprises ont des filiales aux Pays-Bas, dans le nord de la France ou en Allemagne de l'Ouest, mais la chose est de moins en moins courante. En raison de la dimension relativement restreinte du marché qu'ils desservent, la plupart des distributeurs ont tendance à offrir une gamme plus variée de produits que ne le font les Américains.

Le choix d'un agent ou d'un représentant est une question qui mérite réflexion. Ces ententes lient les parties en cause et ne peuvent être dénoncées qu'en conformité avec les lois locales. Il est donc fortement recommandé de conclure une entente pour une période d'essai d'une durée déterminée plutôt qu'une entente d'une durée illimitée. Il serait sage de recourir aux services d'un conseiller juridique compétent avant de prendre un engagement formel.

L'expérience révèle que le meilleur moyen de choisir un distributeur est de le rencontrer. Les lettres, les brochures et les rapports sur la solvabilité ont certes leur utilité, mais ils ne permettent pas à l'éventuel représentant de vous poser directement des questions sur le produit, ni ne vous permettent à vous d'évaluer le distributeur et son enthousiasme à promouvoir vos produits. Les services commerciaux de l'Ambassade du Canada à Bruxelles sont toujours disposés à vous conseiller et à vous aider à fixer des rendez-vous avec les représentants susceptibles de vous convenir.

Vous pouvez également obtenir un entretien personnel avec des distributeurs en participant à des foires commerciales ou en les visitant. Bien que plusieurs foires locales et quelques foires internationales importantes aient lieu chaque année en Belgique, bon nombre d'entreprises canadiennes considèrent qu'elles obtiennent d'aussi bons résultats en participant aux grandes foires internationales qui se tiennent régulièrement en Europe, particulièrement en Allemagne de l'Ouest, en France et aux Pays-Bas. Les agents

belges les plus efficaces et les plus dynamiques assistent habituellement à ces foires.

On peut facilement être tenté de considérer le marché belge comme une simple extension des marchés français, néerlandais ou allemand, mais, pour la plupart des fournisseurs, la Belgique offre un marché unique qu'il convient d'aborder d'une façon particulière.

Certes, la Belgique présente les mêmes caractéristiques que nombre d'autres marchés européens du Nord et c'est d'ailleurs pour cette raison qu'un grand nombre d'entreprises en font leur tête de pont en Europe. L'expérience acquise sur ce marché est souvent précieuse et constitue incontestablement une bonne préparation avant de s'attaquer au marché de la France et de l'Allemagne de l'Ouest.

Quand planifier son voyage d'affaires

Vous serez toujours bien accueilli en Belgique, sauf qu'il est préférable d'éviter les mois de juillet et d'août qui coïncident avec la période des vacances estivales, la période du 20 décembre au 6 janvier ainsi que la semaine qui précède et celle qui suit Pâques; de même que les jours fériés suivants :

Jour de l'an : *1er janvier*
Dimanche et lundi de Pâques
Fête du travail : *1er mai*
Ascension : *mars-avril*†
Le dimanche de la Pentecôte : *mars-avril*†
Jour de la communauté néerlandaise : *11 juillet*
Jour du souvenir national : *21 juillet*
L'Assomption : *15 août*
Jour de la communauté francophone : *27 septembre*
Fête de la Toussaint : *1er novembre et 2 novembre**
Armistice : *11 novembre*
Jour de la dynastie (anniversaire du roi) : *15 novembre*
Noël : *25 décembre et 26 décembre**

† La date varie d'une année à l'autre
* Bureaux du gouvernement seulement

Règlements du pays

En Belgique, de nombreux produits sont assujettis à des règlements nationaux qui s'inspirent largement des directives de la CEE, par exemple en ce qui concerne l'étiquetage, l'emballage et la publicité des aliments préparés destinés au commerce de détail. Ces règlements s'appliquent en particulier aux produits alimentaires, aux plantes vivantes, aux cigarettes, aux produits pharmaceutiques et médicaux, aux produits de beauté, aux textiles, à la machinerie et aux appareils ménagers. Les règlements visant les produits pré-étiquetés s'appliquent aux produits emballés destinés à la consommation : produits alimentaires, produits de soins corporels, de nettoyage et de lavage, produits d'entretien pour le cuir et les meubles, huiles minérales et autres combustibles ainsi que peintures et vernis prêts à utiliser.

Marques d'origine. En Belgique, la seule règle générale à observer se résume à l'interdiction d'apposer sur toute marchandise étrangère importée, exportée ou en transit des marques ou inscriptions pouvant laisser sous-entendre qu'il s'agit de produits d'origine belge.

Avant d'être mis en vente, tous les poids et mesures ainsi que les instruments et appareils de pesage, de mesure et de calcul doivent être accompagnés d'un certificat précisant l'identité du fabricant ou de l'importateur et porter une estampille du gouvernement belge faisant foi d'un contrôle préalable.

Certificats sanitaires. Des certificats sanitaires émis par Agriculture Canada et signés par un vétérinaire sont exigés pour les viandes, les préparations à base de viande, les abats et les graisses fondues.

On doit joindre aux expéditions de produits agricoles un certificat phytosanitaire rédigé en français et émis par Agriculture Canada.

Pour les importations de poisson comestible et de produits de la pêche, il faut présenter des certificats sanitaires signés par des agents de la Direction générale des services d'inspection de Pêches et Océans Canada.

Échantillons. Les échantillons d'une valeur marchande négligeable sont exempts de droits de douane et de taxes.

Les échantillons commerciaux ou les marchandises importées pour une certaine durée à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais on peut ensuite obtenir un remboursement sur présentation de la preuve d'exportation subséquente. Les exportateurs peuvent utiliser le système de carnets ATA pour faciliter l'entrée de leurs échantillons (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

III. DANEMARK

Observations générales

Étant à peu près du même niveau technologique que le Canada, le Danemark est un pays où prime le secteur secondaire. Son économie de libre entreprise laisse beaucoup de place aux sociétés privées. Le secteur manufacturier, qui est le plus dynamique, se compose principalement de petites unités hautement spécialisées. La production agricole, une industrie traditionnelle, est devenue une industrie de pointe de transformation des aliments. L'industrie brassicole et l'industrie métallurgique, en particulier la fabrication de machines, sont devenues importantes. Les industries nouvelles, dont celle des matières plastiques, des produits pharmaceutiques et chimiques, et de l'électronique, se tirent pour leur part fort bien d'affaire. Le Danemark présente pour les produits canadiens un bon marché encore partiellement inexploité.

En raison de la superficie restreinte du pays et des limites du marché, les entreprises étrangères désignent habituellement un seul représentant pour tout le Danemark. Certaines entreprises locales demandent même de représenter tous les pays scandinaves, estimant que le marché danois est trop petit pour ne faire affaire que dans ce pays. Dans ce cas, les exportateurs canadiens ont avantage à consulter le délégué commercial avant de concéder tout droit de représentation. Les représentants peuvent être rémunérés sous forme de commission, de salaire, ou les deux.

La correspondance appuyée par des renseignements pertinents sur les produits et sur les prix peut suffire à éveiller un premier intérêt. La correspondance peut être rédigée en anglais faute de l'être en Danois, mais pas en français, car bien peu de Danois le comprennent.

Les prix doivent être indiqués en dollars canadiens ou américains, de préférence CAF à Copenhague, ce qui permet la comparaison avec les prix de marchandises offertes par la concurrence. Il serait bon de décider de votre échelle de prix en prenant en considération les incidences des taux de change et des tarifs d'expédition maritime sur les prix de vos produits par rapport à ceux des fournisseurs européens qui sont plus rapprochés du marché danois.

Il n'existe aucun mode de paiement universel au Danemark et tous les modes normaux y ont cours. Les paiements à vue ou à 30 ou 60 jours sont courants. Les paiements de biens de production s'effectuent en 90 ou 120 jours et, parfois même, en 180 jours. Les listes de prix doivent être accompagnées de documents descriptifs et d'échantillons à distribuer aux agents ou aux acheteurs éventuels.

Préparation du voyage d'affaires

Informez le délégué commercial de l'Ambassade du Canada à Copenhague de votre venue longtemps à l'avance, en prenant soin de préciser l'objet de votre visite, le genre d'entreprises que vous souhaitez visiter, et aussi de joindre plusieurs jeux de documents accompagnés d'une liste de prix CAF à Copenhague, sans oublier les modalités de paiement et de livraison, la commission versée à l'agent et tout autre renseignement pertinent. Avec ce matériel, les responsables des services commerciaux se feront un plaisir d'évaluer vos chances de réussir sur le marché danois et, s'il y a lieu, de prendre des rendez-vous pour vous.

Les visiteurs qui se rendent au Danemark devraient demander à leur agent de voyage de faire toutes les réservations de voyage et d'hôtel longtemps à l'avance, puisqu'il peut parfois être difficile de trouver un endroit où se loger. Les visiteurs qui projettent de se rendre au Danemark entre mai et septembre devraient réserver leurs chambres d'hôtel plusieurs mois à l'avance. Le mois de juillet est une très mauvaise période pour un voyage d'affaires au Danemark, parce que la majeure partie des entreprises ferment leurs portes pendant ce mois. Les échantillons, il va sans dire, véhiculent un message de vente plus éloquent que la documentation aussi bien présentée soit-elle. Aussi, chaque fois que vous pouvez le faire, distribuez des échantillons ainsi que des cartes d'affaires.

Copenhague « la merveilleuse » est la dixième ville la plus dispendieuse d'Europe, et selon les normes canadiennes, les hôtels et restaurants de première classe coûtent cher. Les prix comprennent automatiquement une taxe à la valeur ajoutée de 22% at 15% pour le service.

Le moyen le plus pratique de se déplacer dans Copenhague demeure le taxi; vous pouvez normalement vous rendre d'un rendez-vous à un autre en moins de 15 ou 20 minutes. Ne donnez pas de pourboire, car celui-ci est compris dans le prix indiqué au compteur.

Pour les visites à l'extérieur de la ville, il y a de nombreux vols réguliers à destination de 13 aéroports provinciaux et un bon choix de correspondances ferroviaires. Parfois aussi, il est plus facile de louer une automobile.

Quel est le meilleur moment pour venir à Copenhague et pour combien de temps? Les mois de septembre à mai sont de toute évidence la période la plus propice au commerce. Habituellement, une visite de deux ou trois jours est suffisante.

Dès le début de votre séjour, nous vous suggérons de rendre visite aux services commerciaux de l'Ambassade du Canada où on vous fournira les renseignements d'usage avant votre tournée de visites. Quant aux rendez-vous, vous devez faire preuve de ponctualité. S'il ne vous est pas possible de vous présenter, vous devez annuler votre rendez-vous par téléphone.

Règlements du pays

Normes concernant l'étiquetage. Le Danemark étant membre de la CEE, ses lois sont de plus en plus harmonisées à celles de la Communauté. Cependant, certains règlements nationaux demeurent en vigueur et l'exportateur a avantage à s'enquérir auprès de l'importateur des exigences du pays. Il incombe à l'importateur d'obtenir les certificats vétérinaires et autres certificats d'importation lorsqu'il y a lieu. Les services commerciaux de l'Ambassade du Canada au Danemark peuvent vous fournir une liste des additifs alimentaires que le pays interdit.

Échantillons. Les échantillons d'une valeur marchande négligeable ou qui ne se prêtent pas à la consommation peuvent être importés au Danemark en franchise de droits. Les échantillons ordinaires des voyageurs peuvent être admis en franchise de droits pour une période de 12 mois, moyennant un dépôt remboursable à l'exportation des échantillons.

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée du pays, lesquels pourront être remboursés sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à ce système doivent prendre les dispositions préalables avec les autorités douanières du pays.

Les exportateurs canadiens peuvent aussi se munir d'un carnet ATA pour leurs échantillons qu'ils utilisent en démonstration ou placent en exposition. (Voir chapitre 1, « Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA »).

IV. ESPAGNE

Observations générales

L'Espagne est une monarchie parlementaire, dont le premier gouvernement a dirigé en 1977 la transition du pays vers un État démocratique moderne. L'Espagne, qui a une population de 40 millions d'habitants, est organisée en municipalités, en provinces et en 17 régions autonomes, outre les enclaves de Ceuta et de Melilla en Afrique du Nord. Chacune exerce le pouvoir qui lui revient dans l'administration de ses intérêts.

Les principales villes sont Madrid (la capitale), Barcelone (la principale ville portuaire industrielle de la Catalogne), Valence (également une ville portuaire sur la côte méditerranéenne), Séville (principale ville d'Andalousie) et Bilbao (principal port du Pays basque). Les exportateurs visant le marché espagnol devraient se concentrer sur Madrid et sur Barcelone, qui offrent les meilleurs débouchés pour la plupart des produits.

Langues. Le castillan, qui est la langue officielle nationale, est compris dans tout le pays. Les habitants de la Galicie, de la Catalogne et du Pays basque ont leurs propres dialectes qui diffèrent sensiblement du castillan.

Heures d'ouverture et usages. En Espagne, l'heure normale est six heures en avance sur l'heure normale de l'Est (HNE) au Canada.

Les entreprises étrangères en Espagne ont habituellement les mêmes heures d'ouverture qu'en Amérique du Nord (9 h à 17 h 30, les employés ayant une heure pour le déjeuner). Quant aux entreprises espagnoles, elles accordent une pause plus longue pour le déjeuner et ferment plus tard. Au cours de l'été, les heures d'ouverture des bureaux et commerces sont habituellement plus courtes, soit de 8 h à 15 h.

Les banques sont ouvertes au public de 9 h à 14 h, du lundi au samedi inclusivement. La monnaie officielle est la peseta.

Tous les poids et mesures sont exprimés en unités métriques.

Économie. L'Espagne a une économie de marché libre et le gouvernement possède une part assez importante des principales industries. Les monopoles privés autorisés par l'État existent, quoique les pratiques monopolistiques de l'État et du secteur privé sont beaucoup moins courantes depuis l'adhésion récente de l'Espagne à la CEE.

Ressources fondamentales. L'agriculture, le charbon, le minerai de fer, le cuivre, l'énergie hydro-électrique et les pêches constituent les principales ressources naturelles de l'Espagne. La prospection pétrolière et gazière se poursuit dans le but de réduire la dépendance du pays envers les importations énergétiques.

Industries. Les secteurs industriels clés sont ceux des produits chimiques, de la construction automobile, du pétrole, de l'exploitation minière, de l'agriculture, du tourisme, des banques, du ciment, de l'acier, des textiles, de l'énergie et de la construction navale. On note une tendance à la hausse des investissements dans le tourisme, l'agriculture et les produits chimiques. La croissance est forte dans les secteurs de la haute technologie, particulièrement dans le secteur informatique.

Relations commerciales. L'Espagne est membre de la Banque mondiale, du Fonds monétaire international, de l'Accord général sur les tarifs et le commerce (GATT) et de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE).

Débouchés. Par suite de l'adhésion de l'Espagne à la CEE en 1986, la législation, les organismes et les pratiques commerciales espagnoles seront d'ici 1992 complètement alignés sur ceux de la CEE. Des changements considérables devront être apportés aux secteurs de l'énergie, des finances, du transport, de l'éducation, de la santé, de la télévision et des télécommunications pour ainsi respecter les normes de la CEE en matière de services. En conséquence, d'excellents débouchés s'offrent aux fournisseurs qui œuvrent dans ces secteurs, particulièrement en ce qui concerne les produits de haute technologie.

L'abaissement progressif des droits de douane et des barrières non tarifaires améliorera la position des produits canadiens déjà compétitifs sur le marché des pays membres de la CEE. Les industries espagnoles ne seront plus protégées par des contingents à l'importation ni par des conditions d'autorisation différents de ceux en vigueur dans les autres pays de la CEE.

Outre les secteurs publics déjà mentionnés, les domaines prometteurs comprennent l'électronique (matériel et logiciels), le matériel minier, le matériel de transformation des aliments, les instruments médicaux, les produits de la biotechnologie et les produits de défense.

Dans le secteur agricole, les producteurs de céréales et de légumineuses de la CEE offriront une concurrence plus vive, bien qu'il pourrait y avoir de nouveaux débouchés pour le maïs, le canola, le tabac et le poisson. Il y a toujours de bons débouchés pour les fourrures et les peaux.

Des accords transitoires régissent les exemptions de 32 produits dits « délicats ». Jusqu'en 1992, les produits « délicats » importés des pays membres du GATT sont assujettis à des contingents. Ces contingents augmenteront chaque année jusqu'à ce qu'ils atteignent les normes de la CEE. Dans le secteur agricole, le lait, le bœuf, le fromage, la farine de blé mou, les fruits et légumes, les huiles, le porc et le vin sont considérés comme des produits « délicats ».

Le milieu des affaires. La barrière de la langue pose un problème, car les Espagnols sont moins disposés à travailler en anglais ou en français que la plupart des autres membres de la CEE. En raison du régionalisme, du réseau complexe de relations d'affaires et des exigences bureaucratiques qui s'appliquent aux transactions commerciales, il est préférable d'avoir recours aux services d'un agent ou d'un distributeur espagnol. Pour assurer une bonne couverture du marché, les exportateurs devraient s'assurer que l'agent ou le distributeur qu'ils ont choisi possède au moins un bureau à Madrid et à Barcelone. Il est bon de se rendre sur place au début et de temps à autre par la suite, les Espagnols accordant beaucoup d'importance aux relations personnelles dans les affaires.

Foires commerciales. Tant Madrid que Barcelone accueillent des foires commerciales annuelles d'envergure nationale et internationale, particulièrement dans les domaines de l'électronique, de la technologie agricole, du matériel de bureau, des pièces automobiles, du matériel d'hôpital et du matériel de sécurité. D'autres grandes villes organisent aussi des foires importantes portant sur le thème de leur secteur industriel clé. À l'instar de leurs homologues européennes et nord-américaines, les entreprises espagnoles profitent en effet des foires pour lancer de nouveaux produits, attirer de nouveaux acheteurs et maintenir leur présence sur le marché.

Aide fournie aux gens d'affaires. Le personnel des services commerciaux de l'ambassade du Canada est en mesure de vous fournir des renseignements généraux sur le marché ainsi que des indications sur les débouchés pour des produits spécifiques. Le personnel recruté sur place et le personnel canadien peuvent fournir des lettres de recommandation à l'intention d'importateurs ou d'agents éventuels, participer à l'organisation de visites ayant pour but d'étudier le marché, donner des conseils en ce qui concerne les pratiques commerciales ainsi que des renseignements sur les foires commerciales intéressantes, etc. De plus, un délégué commercial attaché au consulat de Barcelone peut fournir une aide commerciale en Catalogne.

L'ambassade établira pour les exportateurs canadiens qui en font la demande des contacts avec les entreprises de service (avocats, traduction, publicité, etc.).

Consuls honoraires. L'Ambassade a des consulats à Barcelone, à Malaga et à Séville, où des consuls honoraires sont en mesure de vous aider à régler des problèmes d'ordre consulaire.

Banques canadiennes. La Banque Royale du Canada possède une succursale à Madrid, où la Banque de la Nouvelle-Écosse a également un représentant.

Règlements du pays

Étiquetage. La législation espagnole (décret royal *Norma General del Etiquetado*) contient un ensemble de règles touchant l'emballage et l'étiquetage. Les denrées alimentaires, les boissons alcooliques, la nourriture pour animaux, etc. doivent porter une étiquette rédigée en espagnol et indiquant le contenu, la composition, le poids en unités métriques, l'origine, la date d'emballage, le nom de l'emballeur et la date de fraîcheur. Le code alimentaire espagnol, administré par le ministère de la Santé, contient une liste des additifs alimentaires et pharmaceutiques autorisés en Espagne. De plus, une vaste gamme de produits sont assujettis à diverses normes spéciales.

Bien qu'il existe entre l'Espagne et d'autres pays de la CEE une certaine uniformité sur le plan de l'étiquetage, l'uniformisation se poursuit dans le cadre de consultations régulières avec le comité de l'étiquetage de la CEE. L'harmonisation des normes a déjà commencé en ce qui concerne les automobiles, les instruments médicaux, les aliments, l'électricité, les produits chimiques, les textiles, les produits de beauté et les produits pharmaceutiques.

Certificats sanitaires. L'importation d'animaux vivants, de plantes, de semences et de légumes relève de la juridiction du ministère de l'Agriculture. Les exportateurs doivent respecter rigoureusement les normes sanitaires et phytosanitaires pour obtenir les certificats requis.

Licences d'importation. Ces licences ne sont habituellement pas nécessaires. Des contingents globaux sont appliqués à une gamme limitée de produits qui constituent une menace pour des produits du pays.

Contrôle des changes. Le transfert des profits et des dividendes est habituellement autorisé. En effet, le rapatriement des capitaux n'est soumis à aucune restriction. Pour éviter tout problème en ce qui concerne le transfert des profits et du capital, les fonds déplacés devraient passer par des banques reconnues et les reçus devraient être conservés soigneusement.

L'Espagne est signataire de l'Accord général sur les tarifs et le commerce (GATT) et suit la nomenclature de Bruxelles. L'évaluation du droit ad valorem se fait selon le principe de la pleine concurrence.

Échantillons. L'Espagne est signataire de la Convention ATA et, en conséquence, accepte les carnets (voir chapitre I,) Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). On peut obtenir l'admission temporaire des échantillons sous licence, moyennant le dépôt d'une caution remboursable, calculée en fonction de la valeur du droit normalement payable.

Le dédouanement des marchandises nécessite :

- un connaissement ou une lettre CMR
- une facture commerciale
- un certificat de la valeur douanière
- une police d'assurance (si CAF)
- un certificat d'origine ou de qualité
- un certificat de dédouanement
- un état des frais de douane
- un bordereau d'expédition

V. FRANCE

Observations générales

Bon nombre de Canadiens risquent d'être fort surpris d'apprendre que la France, dont le produit national brut (PNB) est deux fois plus élevé que celui du Canada, est le quatrième plus grand pays industrialisé du monde. Elle est aussi le troisième pays importateur de pétrole, de machines et de matériel de transport, le troisième pays consommateur de viande et acheteur d'automobiles, le deuxième fabricant de produits d'aéronautique.

Devant autant de faits, vous voudrez sans doute vous tailler une place sur ce marché et, à cet égard, il est préférable de vous rendre sur place. Voici donc quelques conseils qui pourront vous être utiles dans votre entreprise.

- Exprimez en termes clairs le but de votre visite aux délégués commerciaux, aux clients éventuels et aux autres personnes intéressées.
- Soyez ponctuel à vos rendez-vous. Les Français sont aussi ponctuels que des horloges et leur premier jugement se fonde sur la ponctualité.
- Soyez prêt à discuter de prix, de quantités et de livraison en termes locaux.
- Portez une attention toute particulière au suivi. L'agent-client éventuel et les délégués commerciaux ont besoin de réponses rapides et complètes pour vous assurer leur collaboration.

Le voyage d'affaires

Préparation. Les visiteurs peuvent être admis en France sans visa.

Les facteurs suivants doivent être pris en considération :

- les saisons (le cas échéant);
- les congés. Le mois d'août doit être assurément éliminé, car c'est à cette période que les Français prennent leurs vacances. Autrement, il faut absolument avoir pris rendez-vous.

Vous pouvez aussi faire coïncider votre voyage avec une foire commerciale où est exposée la catégorie de produit que vous avez l'intention de lancer sur le marché français. La France tient au moins 60 foires internationales de ce genre par année, qui attirent en moyenne 60 000 visiteurs chacune. Il est conseillé de vérifier auprès des services commerciaux de l'Ambassade du Canada à Paris, la liste et le calendrier des expositions qui sont susceptibles de vous intéresser. Si vous décidez de vous rendre en France au moment d'une exposition, prenez soin de réserver votre chambre d'hôtel assez à l'avance pour ne pas être pris au dépourvu.

Qui envoyer? Les Français ne pensent pas comme les Canadiens et n'ont pas les mêmes méthodes que nous en matière de négociation. Aussi, le choix de la personne qui fera le voyage d'affaires est de la plus haute importance. Selon l'organisation et le but de votre entreprise, nous vous conseillons de choisir le directeur commercial ou le chef du secteur des exportations pour une étude du marché ou la promotion des ventes, un technicien compétent ou un ingénieur si l'aspect technique revêt une importance capitale ou, encore, le directeur de la société si un gros contrat doit être signé.

La personne choisie devra être informée des méthodes commerciales françaises, de la géographie et de l'histoire du pays. Elle devra manifester au client éventuel un vif intérêt pour ses relations commerciales avec la France. Les Français apprécient un dynamisme bien placé et une évaluation positive de leur marché. Ils savent aussi apprécier à sa juste valeur une adaptation aux convenances de leur pays, qu'il s'agisse de serrer la main à l'arrivée et au départ, d'employer les titres plutôt que les noms (« Monsieur le Directeur » de préférence à « Monsieur Dupont ») ou d'assister à un déjeuner de deux heures et demie. Les Français s'interpellent rarement en utilisant les prénoms.

La personne déléguée pour représenter votre entreprise doit parler couramment le français, sinon il est indiqué de réserver les services d'un interprète si la personne à qui elle rend visite ne parle pas l'anglais.

Le Canadien doit connaître à fond son affaire, son produit et ses concurrents. Il doit avoir une expérience pratique de la vente ainsi qu'une certaine connaissance des questions financières et juridiques (les délégués commerciaux canadiens à Paris peuvent recommander des avocats canadiens qui exercent leur profession en France et qui sont versés en droit français). Enfin, il doit bien connaître la procédure à suivre relativement au commerce français et international.

Le produit. Partout, la qualité, le prix et la présentation sont des détails importants. Dans le cas de la France, il vous faut bien vous informer au sujet des règlements visant l'importation, des droits de douane et des taxes, des normes (le sceau de l'ACNOR n'est pas nécessairement accepté au même titre que l'AFNOR, son équivalent en France), des exigences en matière d'emballage, de la production nationale, des statistiques sur l'importation et l'exportation, des méthodes de distribution, des habitudes et des goûts des consommateurs. L'un des objectifs de votre visite sera de déterminer si votre produit doit être adapté ou modifié en fonction du marché français.

Documentation. La documentation publicitaire et les fiches techniques sont des outils essentiels à la commercialisation de votre produit en France. Elles doivent être rédigées en français et les unités de mesure données en métrique.

Si vous désirez profiter de l'aide des délégués commerciaux pour entrer en contact avec des clients, des agents et des distributeurs éventuels, vous devez leur envoyer une douzaine d'exemplaires de vos brochures et listes de prix pour faciliter leur travail. Les appels téléphoniques s'avèrent parfois utiles, mais le client français préfère en général avoir la documentation en mains avant même de consentir à une entrevue. Ces documents doivent être adressés au délégué commercial le plus tôt possible, mais au moins deux mois avant le voyage prévu. Lors de votre visite, apportez :

- des catalogues et des listes de prix (en francs français et en dollars, FOB et CAF);
- des fiches techniques;
- de la documentation;
- des échantillons (s'il y a lieu);
- des cartes d'affaires (en grande quantité et si possible rédigées en français); et
- le papier à lettre officiel de votre entreprise.

Les représentants. Les représentants, les distributeurs et les agents français se montrent souvent méfiants à l'égard des fournisseurs canadiens et mal renseignés sur leur compte. La politique nord-américaine d'imposer de gros contingents sur les ventes de la première année et de fixer des délais de paiement de 30 jours n'intéresse pas les Français. En effet, ces derniers ont l'habitude d'analyser le marché sans hâte et de payer avec encore moins d'empressement (90 et 120 jours sont des délais courants).

Des lois compliquées régissent les rapports juridiques entre les directeurs et les représentants, les vendeurs et les agents. La résiliation d'un contrat est complexe et coûteuse. Avant de signer toute entente avec un représentant ou un agent commercial, vous aurez avantage à bien vous renseigner auprès d'un avocat français ou de la division des services commerciaux à l'ambassade. Le mieux est encore de mettre votre représentant à l'essai pendant la première année.

Suivi. Dès votre retour au Canada, envoyez une lettre de remerciement à toutes les personnes que vous avez rencontrées pour affaires; confirmez les ententes intervenues ou qui ont fait l'objet d'une discussion lors de rencontres (les Français sont plus sensibles que la plupart des Européens à l'absence de suivi), et envoyez au délégué commercial des copies des lettres pertinentes (ententes intervenues avec l'agent, problèmes qui pourraient être résolus au moyen d'un appel local).

Sociétés de service canadiennes. La Banque Royale du Canada, la Banque de Commerce Canadienne Impériale et la Banque Nationale du Canada, la Banque de Montréal et la Banque de Nouvelle-Écosse sont représentées en France.

Parmi les autres sociétés de service canadiennes ayant des bureaux à Paris notons plusieurs cabinets d'avocats, des courtiers, des compagnies d'assurances, une agence publicitaire, deux ingénieurs-conseils, une compagnie de location d'ordinateurs, une autre de temps d'ordinateur et de services informatiques, et des sociétés de transport dont Air Canada, CN, CP et Wardair.

Règlements du pays

Étiquetage. Le mode d'emploi et la garantie doivent être rédigés en français et les mesures exprimées en unités métriques. Des exigences particulières en matière d'étiquetage s'appliquent aux fruits et aux légumes frais, aux fruits et aux légumes en conserve ou partiellement transformés, aux aliments surgelés, aux additifs alimentaires, au café et aux textiles. Les moteurs électriques doivent porter une étiquette prouvant qu'ils respectent les normes de la CEE.

Les fruits et les légumes frais du Canada et d'autres pays doivent porter une étiquette indiquant le pays d'origine, la variété et la catégorie de qualité établie par le système de classification de la CEE. L'étiquette extérieure ou le contenant des fruits et des légumes en conserve ou partiellement transformés doit porter la date de fabrication ou de transformation.

Les aliments préemballés doivent porter une date optimale d'utilisation.

Tout produit portant une marque de commerce, un nom d'entreprise ou une marque de distribution, illégal ou non autorisé, peut être saisi au moment de l'importation.

Marques de contrôle. Les objets en or, en argent ou en platine ne peuvent être importés en France que s'ils respectent la norme imposée par la loi pour les produits du même genre fabriqués en France. Ces importations, y compris les articles partiellement manufacturés, doivent être expédiées, moyennant garantie, au Bureau de la Garantie pour être approuvées, testées et estampillées. Ce Bureau a des succursales dans toutes les grandes villes.

Certificats. Des certificats d'origine sont requis pour les expéditions de produits transformés dans des pays autres que ceux d'origine, les expéditions d'eaux minérales naturelles, de certains tapis et moquettes, de café et de textiles. Les certificats d'origine peuvent être approuvés par la Chambre de commerce du Canada ou un *Board of Trade*.

Les règlements de la France précisent qu'une indication de l'origine doit figurer sur tout produit étranger, naturel ou synthétique qui porte sur son emballage ou sur son étiquette une marque de commerce, un nom, un logo ou une indication de nature à donner l'impression que ce produit est d'origine française. Les appellations d'origine doivent être rédigées en français (c'est-à-dire « Importé du Canada » ou « Fabriqué au Canada ») et aucune abréviation n'est acceptée.

On exige des certificats de contrôle pour les produits alimentaires d'origine animale ou marine et pour les fruits frais. Les importations de chevaux, d'ânes, de bovins, de chèvres, d'embryons et autres animaux semblables, de volaille et de sauvagine, ainsi que d'oeufs d'incubation doivent être accompagnées d'un certificat de contrôle vétérinaire signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada.

Les expéditions de plantes et d'arbustes doivent être accompagnées d'un certificat phytosanitaire signé par un fonctionnaire d'Agriculture Canada. Les semences de plantes fourragères requièrent un certificat de pureté. Nous vous conseillons à ce sujet de consulter la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada à Ottawa ou à un de ses bureaux régionaux afin de connaître les exigences applicables.

Toutes les machines industrielles doivent être certifiées conformes au Code du travail de la France, mais une déclaration de l'exportateur est acceptée. En raison du caractère rigoureux des règlements canadiens, la plupart des machines fabriquées au Canada satisfont aux normes françaises. D'autre part, toutes les machines qui pourraient être considérées comme dangereuses en raison de lames, de chaînes ou d'engrenages exposés doivent faire l'objet d'une approbation.

Les documents qui accompagnent les produits importés doivent être fournis en français. Cependant, en vertu de la loi, une traduction fournie par l'importateur au moment de l'entrée des produits est acceptable.

Échantillons. Le voyageur de commerce doit prouver au moyen de sa « carte professionnelle » que les échantillons de valeur marchande qu'il importe autrement que dans ses bagages personnels, en vertu d'une procédure d'admission provisoire en franchise, sont destinés à sa propre utilisation. Tous les voyageurs de commerce en France, quelle que soit leur nationalité, doivent posséder une carte professionnelle d'accréditation. Pour de plus amples renseignements à ce sujet, veuillez vous adresser à l'ambassade ou au consulat de France.

Les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise pourront être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais un remboursement pourra être obtenu sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs intéressés à recourir à ce système doivent prendre au préalable les dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

La France est signataire de la Convention douanière relative au carnet ATA pour l'admission provisoire des produits. Cette convention prévoit que les échantillons de produits inscrits dans un carnet peuvent passer d'un pays à un autre sans dépôt d'une garantie à chaque frontière. (Voir le chapitre I, « Déclaration d'admission temporaire — Carnet ATA »)

Règlements spéciaux. La France a des règlements spéciaux qui visent un certain nombre de produits, dont les aérosols, les pesticides, les denrées alimentaires, le miel, les abeilles, les véhicules automobiles, les cosmétiques, les additifs alimentaires, les substances dangereuses, les aéronefs, les réfrigérateurs, les jouets et le bois d'œuvre.

VI. GRANDE-BRETAGNE

Observations générales

Le Royaume-Uni est le troisième partenaire commercial bilatéral du Canada et aussi son principal client européen. Toutefois, les exportateurs canadiens doivent être conscients que le Royaume-Uni ayant resserré ses liens avec l'Europe, il leur faut maintenant redoubler d'efforts s'ils veulent créer des liens commerciaux valables et à long terme avec ce pays.

L'accès privilégié au marché du Royaume-Uni dont jouissait le Canada est aujourd'hui chose du passé. En effet, prix et produits doivent maintenant surmonter l'obstacle que présentent les droits de douane de la CEE et parfois aussi d'autres restrictions commerciales, tout en soutenant la concurrence des produits et services européens de haute qualité qui entrent au Royaume-Uni en franchise.

En général, le Canada est considéré comme un partenaire commercial intéressant, mais le préjugé voulant que notre pays soit essentiellement un fournisseur de ressources premières, de produits forestiers et de céréales est encore fort répandu. De même, certains Canadiens associent le Royaume-Uni à des processus industriels dépassés et inefficaces et ne sont pas conscients de l'ampleur des changements qui marquent actuellement ce pays.

Ces stéréotypes sont progressivement délaissés au profit d'une vision plus réaliste. Toutefois, les échanges commerciaux pourraient être beaucoup plus importants et diversifiés.

Population et contexte

Le Royaume-Uni (l'Angleterre, le pays de Galles, l'Écosse et l'Irlande du Nord) compte 56 millions d'habitants et couvre 1 000 kilomètres de la côte sud à l'extrémité nord de l'Écosse, et 500 kilomètres de l'est à l'ouest. L'infrastructure et les services de transport sont d'excellente qualité, notamment avec les ports de mer de Londres, de Liverpool et de Southampton, un réseau ferroviaire qui relie les principales villes et l'un des plus grands réseaux routiers du monde par rapport à la superficie du pays et de nombreux aéroports internationaux et locaux.

Les principales agglomérations sont Londres (7 millions d'habitants), West Midlands (2,4 millions), Birmingham (2,3 millions), Tyneside (Newcastle) (797 000) et West Yorkshire (Leeds et Bradford) (1,7 million). En Angleterre, environ quatre personnes sur cinq vivent en secteur urbain ou en banlieue. L'Écosse et le pays de Galles ont par contre un taux d'urbanisation moins élevé. Le taux de croissance annuel de la population n'atteint pas 0,5 %. L'agriculture occupe 80 % des terres. Les principales ressources naturelles comprennent les gisements de pétrole et de gaz en mer, et le charbon.

Économie

Avec un produit intérieur brut (PIB) de 400 milliards de livres en 1988, le Royaume-Uni se classe au cinquième rang des principales nations occidentales, mais au neuvième rang pour ce qui est du PNB par personne.

Le gouvernement s'est lancé dans un programme de privatisation massive en vertu duquel un grand nombre d'organismes du secteur public sont passés au secteur privé. Parmi les industries les plus touchées par ce programme figurent au premier chef l'acier, le transport, le pétrole et le gaz, les télécommunications, et l'énergie.

La maturation des industries d'extraction du pétrole et du gaz en haute mer, la croissance du secteur tertiaire (et surtout des services financiers) qui a donné lieu à un surplus commercial invisible, mais en pleine expansion, le développement rapide des technologies électroniques et microélectroniques et la préparation de l'industrie en vue du grand marché européen ont été les principales tendances qui ont récemment marqué l'économie de la Grande-Bretagne.

Le milieu de l'année 1981 a marqué le début d'un redressement économique qui s'est poursuivi jusqu'en 1988 avec un taux de croissance réel du PIB ayant dépassé les 4 %. Pour l'instant, cette croissance semble vouloir se poursuivre à un rythme plus lent.

Politique et caractéristiques commerciales

Le commerce extérieur relève de la compétence de la CEE. Les droits de douane appliqués aux exportations canadiennes vers le Royaume-Uni sont fixés en fonction du Tarif extérieur commun établi par la CEE.

En fait, les produits canadiens sont maintenant traités en Grande-Bretagne au même titre que les produits provenant des États-Unis, du Japon et de l'Australie. Par contre, les produits industriels provenant de pays membres du Marché commun et de l'AELE entrent en franchise au Royaume-Uni.

De plus, une vaste gamme de produits en provenance de pays en développement bénéficient du régime préférentiel général.

Les droits de douane britanniques sont la plupart du temps calculés en fonction de la valeur qui comprend le fret, l'assurance, la commission et tous les frais engagés jusqu'au port d'entrée ou le lieu d'importation. Habituellement, la valeur en douane est fixée en fonction du prix figurant sur la facture, s'il a été négocié aux conditions du marché. Les droits sont payables en devises britanniques, au taux de change en vigueur au moment de l'importation des marchandises destinées à la consommation.

L'adhésion de la Grande-Bretagne à la CEE a entraîné un changement quant à la nature et à l'orientation du commerce extérieur du pays. Il y a vingt ans, la Grande-Bretagne ne faisait pas 30 % de son commerce avec la CEE « élargie », mais ce chiffre est aujourd'hui passé à 50 %. Il y a vingt ans aussi, les produits manufacturés représentaient 44 % des importations du Royaume-Uni et 84 % de ses exportations, mais ces chiffres sont aujourd'hui de 73 % et de 75 % respectivement. Il s'est donc produit une concentration du commerce au sein de la CEE et une rationalisation de la production des entreprises manufacturières multinationales dans tout le Marché commun.

Le Royaume-Uni impose certaines barrières non tarifaires particulières. Il s'agit essentiellement de contrôles qualitatifs visant les plantes et les animaux et de certaines restrictions quantitatives touchant principalement les textiles en provenance de pays exportateurs à faible prix de revient. Certains produits, dont les automobiles japonaises, sont également assujettis à des restrictions officieuses convenues à l'échelle internationale entre industries et qui sont distinctes des mesures communautaires prises par le gouvernement. Il est souvent difficile pour les exportateurs canadiens de soutenir la concurrence des fournisseurs britanniques, car ils doivent respecter les différentes normes nationales et obtenir diverses autorisations, particulièrement dans les domaines électriques et électroniques, et observer des règlements relatifs à la santé et à la sécurité.

Marchés publics

Le gouvernement britannique a mis en œuvre le Code des marchés publics convenu dans le cadre des négociations commerciales multilatérales. Le Code prévoit que

- les pays ne favoriseront pas les produits nationaux pour les marchés de plus de 200 000 livres sterling;
- les pays doivent publier des appels d'offres, fournir toute la documentation nécessaire aux soumissionnaires et appliquer les mêmes critères d'achat aux firmes étrangères et nationales; et
- les pays doivent fournir tous les renseignements et explications nécessaires à chaque étape du processus d'acquisition. Cet accord ne vise pas les services.

Caractéristiques du commerce bilatéral

Le commerce bilatéral britannique dépasse aujourd'hui le cap des 8 milliards de dollars canadiens, et la balance commerciale du pays est pour l'instant très positive, malgré un mouvement à la baisse (1,1 milliard). La forte croissance des exportations du Royaume-Uni vers le Canada et les nouvelles perspectives qui s'ouvrent par suite de l'accord de libre-échange favorisent la coopération commerciale et l'intérêt des investisseurs pour le Canada.

Le Royaume-Uni est le troisième principal client du Canada après les États-Unis et le Japon, et absorbe environ 35 % de nos exportations destinées à la CEE. Les ventes de ressources naturelles et de produits agricoles, qui représentent traditionnellement 85 % de nos ventes totales, sont sensibles à la fluctuation des prix.

Les exportateurs canadiens semblent avoir surmonté le mouvement à la baisse qui s'est amorcé au début des années 80 en raison de la valeur plus élevée de la devise canadienne et la contraction de la composante traditionnelle de l'économie britannique qu'est l'industrie lourde. La politique agricole commune de la CE continue toutefois de limiter les débouchés pour les produits agricoles canadiens.

Nombre d'exportateurs canadiens sont sensibles aux fluctuations du taux de change qui exercent une grande influence sur les perspectives de marché. Au cours des deux dernières années, ces perspectives se sont améliorées par suite d'une restructuration importante du marché intérieur, du mouvement de privatisation, de la modernisation et d'une croissance économique générale.

Le marché de la haute technologie et des télécommunications continue d'offrir d'excellentes perspectives commerciales et les exportations du Canada à ces niveaux ont, au cours des quatre dernières années, augmenté à un rythme annuel d'environ 15 %. On note aussi une plus grande tendance à la fabrication par des filiales d'entreprises canadiennes. Le Canada fait enfin de grands progrès dans les domaines des télécommunications, de l'informatique et du matériel de défense. Les entreprises des deux pays ont jusqu'ici conclu plus d'une centaine d'accords de partage de la technologie. Cette collaboration peut s'avérer extrêmement bénéfique pour les entreprises canadiennes qui cherchent à pénétrer le Marché commun, d'autant plus que la CEE se rapproche de son objectif qui est d'en arriver à un marché véritablement intégré d'ici 1992.

Le commerce avec le Royaume-Uni

Il faut accepter au départ le fait que les choses ne se font pas de la même manière en Grande-Bretagne et au Canada et que les gens d'affaires britanniques sont habituellement un peu plus prudents que leurs homologues canadiens. Il faut peut-être user de plus de persuasion pour les convaincre, ne serait-ce qu'en raison de la distance qui sépare les deux pays. Bien que les gens d'affaires britanniques aient tendance à adopter un point de vue global, les préjugés qu'ils nourrissent à l'égard du Canada font qu'ils sont un peu méfiants quant à la qualité des produits canadiens. Ils écouteront calmement vos suggestions, mais ils insisteront pour obtenir des renseignements détaillés sur vos produits et sur les antécédents de votre société. Aussi, la circonspection des Britanniques n'est pas un mythe; en Grande-Bretagne, la réussite dans les affaires se fonde dans une large mesure sur la réflexion. L'exportateur expérimenté doit tenir compte de ce trait national.

L'expérience démontre que les gens d'affaires avisés se rendent régulièrement en Grande-Bretagne et il ne fait aucun doute qu'une recherche personnelle sur place est indispensable pour évaluer les possibilités du marché et établir des contacts durables et solides. Il faut toutefois choisir le moment opportun. Règle générale, il est préférable d'éviter la saison des vacances, c'est-à-dire du début de juillet au début de septembre.

Il est certainement bon de prévoir une visite à l'occasion d'une foire ou d'une exposition industrielle qui s'apparente à votre secteur d'activité. C'est surtout à Londres que se tiennent les exposition nationales et internationales, mais le centre national des expositions de Birmingham attire aussi un certain nombre d'expositions importantes.

Les chambres d'hôtel doivent être réservées longtemps à l'avance, particulièrement à Londres. Jusqu'à tout récemment, les prix des hôtels comprenaient le petit déjeuner à l'anglaise, mais tel n'est plus le cas. Dans certains hôtels, le petit déjeuner continental est compris dans le prix, mais dans la plupart des cas il ne l'est pas.

Les frais de location de voiture sont habituellement deux fois plus élevés qu'au Canada, mais ils varient selon la société de location et la dimension de la voiture. À moins d'avoir les nerfs particulièrement solides, il vaut mieux utiliser le réseau de transport public (trains, taxis et le métro de Londres) plutôt que de prendre le risque d'affronter la circulation britannique particulièrement dense et les chauffeurs qui conduisent du « mauvais » côté de la route.

Londres est une des capitales du monde où on peut déguster la cuisine d'un grand nombre de pays. Les Britanniques n'ont pas non plus oublié leurs mets traditionnels : le rosbif et la sole de Douvres s'y trouvent donc en abondance. Cependant, les repas au restaurant peuvent être chers, surtout à Londres.

Un pourboire de 10 % à 15 % est généralement de mise, sauf dans les pubs, où on ne donne habituellement pas de pourboire pour le service au comptoir.

La plupart des visiteurs jugent utile de rendre visite à l'agent général de leur province. L'Alberta, la Colombie-Britannique, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario, le Québec et la Saskatchewan ont tous une délégation permanente dans le centre de Londres. Les délégations provinciales offrent aussi des services aux gens d'affaires et les responsables des Services commerciaux de notre Haut-commissariat travaillent en étroite collaboration avec elles.

Les banques canadiennes sont bien représentées à Londres. Elles offrent une vaste gamme de services bancaire aux entreprises, mais les particuliers sont moins bien choyés. La Banque de Montréal, la Banque de Nouvelle-Écosse, la Banque Nationale du Canada, la Banque de Commerce Canadienne Impériale, la Banque Royale du Canada et la Banque Toronto-Dominion ont des succursales au Royaume-Uni.

Londres étant un centre international de commerce et de finance, on y trouve plusieurs autres organismes canadiens qui y ont installé des bureaux et qui, à l'occasion, peuvent s'avérer fort utiles pour les visiteurs. Mentionnons, entre autres, des entreprises d'investissement et des sociétés d'assurances, des cabinets d'avocats, des maisons d'édition, des agences de publicité et des sociétés de transport maritime, aérien et ferroviaire, la presse écrite et électronique (on peut obtenir une liste complète des entreprises canadiennes présentes au Royaume-Uni par l'intermédiaire du Haut-commissariat du Canada). La Chambre de commerce Canada-Royaume-Uni y est également dynamique et encourage fortement le commerce et l'investissement entre les deux pays.

Les points suivants sont parmi les plus importants à retenir dans l'étude du marché britannique :

Demande. Déterminez à quel point il faut adapter le produit pour répondre aux goûts et aux règlements du pays. Vous devez être souple si vous voulez vraiment accaparer une part du marché britannique.

Tarifs douaniers et autres règlements d'accès. Les renseignements à ce sujet sont essentiels pour établir les coûts CAF au point d'arrivée au Royaume-Uni et peuvent être obtenus auprès de la Direction générale de la Communauté européenne d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada.

Concurrence intérieure et étrangère. Il est préférable d'obtenir des renseignements sur la concurrence. Si vous n'avez pas déjà une idée précise de la situation à cet égard, renseignez-vous auprès du Haut-commissariat à Londres.

Stéréotypes et préjugés. Bien que les Britanniques considèrent les Canadiens comme des partenaires fiables, ils voient dans le Canada un fournisseur traditionnel et lointain de ressources premières plutôt qu'une société moderne et hautement industrialisée. Il faut donc redoubler d'efforts pour convaincre l'acheteur britannique de la capacité du Canada de fournir un produit de qualité et un excellent service après vente.

Circuits de distribution. Un grand nombre d'exportateurs vers la Grande-Bretagne ont jugé nécessaire de s'adapter aux méthodes britanniques de distribution, qui ne sont pas toujours les mêmes qu'au Canada. Un peu de recherche vous indiquera de façon satisfaisante si vous devez recourir aux services d'un agent ou d'un courtier en distribution ou encore, participer à un programme de ventes directes à des entreprises à succursales multiples ou bien exploiter un petit service de ventes. Là encore, les Services commerciaux du Haut-commissariat canadien peuvent vous fournir de bons conseils. Bref, la Grande-Bretagne présente un marché actif et mature, un marché spécialisé mais rentable pour ceux qui offrent un produit concurrentiel, qui sont doués de ténacité et qui ont les ressources nécessaires pour envisager sa conquête à long terme.

VII. GRÈCE

Observations générales

Après l'adhésion de la Grèce à la CEE en 1981, les différents secteurs économiques ont traversé une période de transition, pendant laquelle les droits de douane et la réglementation du commerce d'importation ont été alignés sur ceux des autres pays de la Communauté. L'harmonisation se poursuit, particulièrement dans le secteur financier, et celle-ci devrait être complètement réalisée d'ici 1992. Quoique les produits industriels et agricoles de la Communauté européenne entrent maintenant plus facilement en Grèce, nos produits trouvent encore un grand nombre de débouchés dans ce pays grâce à la valeur actuelle du dollar canadien.

La Grèce est un marché relativement petit (9,9 millions d'habitants). Son économie se caractérise par un important secteur tertiaire (navigation et tourisme) et un petit secteur secondaire qui représentent respectivement 57 % et 19 % du PNB. Le pays doit donc importer une vaste gamme de produits pour répondre à ses besoins. L'important déficit de la balance commerciale (environ 5,6 milliards de dollars américains) est compensé par les recettes provenant du tourisme, de la navigation maritime, de la contribution de la CEE et des envois d'argent des émigrés.

L'importation en Grèce a été grandement simplifiée grâce à la mise en œuvre des règlements de la CEE et à l'élimination, le 1er mai 1987, des licences d'importation et des dépôts de garantie, mais il existe encore des règlements complexes notamment au chapitre du contrôle du change. Les exportateurs canadiens auraient donc avantage à consulter les Services commerciaux de l'ambassade du Canada à Athènes, qui peut être de bon conseil pour nombre de questions commerciales et fournir le nom d'agents possibles.

Banques. La Banque de Nouvelle-Écosse possède trois succursales en Grèce.

Transport. Les lignes aériennes Canadien International et Air Canada ont des comptoirs de vente à Athènes. Plusieurs lignes maritimes directes sont également exploitées.

Règlements du pays

Licences d'importation. Depuis le 1er mai 1987, les licences d'importation ne sont plus émises par la Banque centrale de la Grèce, mais par les banques d'intervention. Toutefois, les licences d'importation pour des produits spécifiques, qu'il s'agisse de produits rares ou d'articles de haute technologie sont encore émis par la Banque centrale. On peut obtenir la liste de ces produits en s'adressant au ministère du Commerce de la Grèce.

Contrôle des devises étrangères. Il est toujours nécessaire d'obtenir une autorisation pour se procurer les devises étrangères nécessaires au paiement. Aucune expédition dépassant les montants spécifiés ne devrait être faite sans avoir en mains une autorisation préalable, sous peine d'amendes imposées par les autorités grecques responsables des importations. Ce détail est extrêmement important. Avant d'autoriser le chargement de l'expédition, les exportateurs doivent avoir reçu par lettre ou par télex du destinataire l'assurance que l'approbation exigée a été obtenue.

Certificats d'origine. Afin de bénéficier de droits de douane « minimaux » ou courants, il faut joindre aux marchandises en provenance du Canada un certificat d'origine distinct délivré par la Chambre de commerce ou par le consulat grec. Il faut toujours joindre ce certificat aux documents d'expédition. Dans le cas de marchandises transbordées, c'est le consulat de la Grèce qui doit délivrer le certificat d'origine. Une déclaration certifiée faite par le fabricant sur la facture d'exportation peut être acceptée au lieu d'un certificat d'origine distinct.

D'après la réglementation grecque, c'est le fabricant ou l'exportateur réel et non un agent ou un agent d'expédition qui doit remplir les déclarations d'origine. À défaut de se plier à cette exigence, les autorités grecques pourraient vraisemblablement refuser ces certificats.

Le certificat d'origine est un document distinct et une déclaration d'origine précisée sur la facture ou autre document ne peut être acceptée en remplacement du certificat d'origine.

Certificats de contrôle et certificats d'inspection phytosanitaire. Toutes les expéditions d'animaux et de bétail, y compris les peaux, doivent être accompagnées d'un certificat de contrôle délivré par le

consulat grec du pays d'origine. Lorsqu'il y a lieu, Agriculture Canada peut émettre d'autres certificats.

La réglementation grecque à cet égard est sévère. Il est donc important d'obtenir la série complète des règlements sur un produit et d'en prendre connaissance avant l'expédition afin de s'y conformer à la lettre.

Il faut des certificats phytosanitaires pour l'importation de plantes (légumes frais, semences, pommes de terre, etc.) et de produits forestiers (bois d'œuvre exempt de l'endoconaliphora fagaceary bretz). Ces certificats sont émis par la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada et ne nécessitent pas de visa du consulat grec.

Étiquetage. Des règlements spéciaux s'appliquent aux marchandises importées en Grèce qui doivent être reconditionnées pour la vente au détail. Les marchandises importées directement pour la vente au détail ne sont pas touchées par ces règlements, à moins d'être destinées à la consommation ou à l'usage personnel (nourriture, boissons non alcooliques, savons, etc.). Après les tests et l'obtention de l'approbation officielle par les laboratoires d'État de la Grèce, une étiquette doit être apposée sur laquelle paraît en écriture grecque le nom du fabricant, la marque de commerce et le contenu et, si possible, aussi en deux langues étrangères. Le nom et l'adresse de l'agent grec doivent également y figurer.

Les boissons alcooliques doivent être approuvées par les laboratoires d'État de la Grèce qui émettront une étiquette qui devra être apposée sur les contenants afin d'en indiquer l'origine. Cette étiquette doit indiquer de plus le degré d'alcool (conformément à la réglementation de la Grèce). Il n'est pas obligatoire que l'étiquette ou autre inscription du fournisseur soit rédigée en grec.

Dans le cas des produits pharmaceutiques et des médicaments brevetés, il faut obtenir de l'Organisation nationale de contrôle des produits pharmaceutiques un permis de mise en circulation. Ces produits peuvent être vendus sous les mêmes marques de commerce et étiquettes que dans les pays d'origine. L'étiquette doit présenter une liste des ingrédients selon leurs pourcentages, le nom du fabricant, la marque et l'adresse de l'agent en Grèce. Il faut également inscrire le prix de détail sur une étiquette perforée séparée afin que les consommateurs puissent la joindre aux demandes de remboursement soumises à l'assurance sociale.

Échantillons. Les échantillons sans valeur commerciale sont admis en franchise de droits et de taxes. Chaque importateur ou représentant commercial a droit a une exemption de droits de douane et de taxes d'une valeur annuelle maximale de 4 000 drachmes. Les autres échantillons sont considérés comme des livraisons commerciales ordinaires, à moins qu'ils ne soient rendus impropres à la vente, sans toutefois être au point de ne pas être utiles pour présenter le produit.

Les échantillons commerciaux importés temporairement à des fins précises peuvent être admis au pays sur dépôt d'une garantie ou d'un montant en espèces équivalant aux droits de douane et aux taxes applicables. Les demandes de remboursement doivent être accompagnées de la preuve d'exportation, et ne sont acceptables que dans la mesure où les échantillons sont sortis du pays dans les six mois suivant leur date d'entrée. Une prolongation de ce délai peut être accordée si la demande en ce sens est présentée avant son expiration.

Les commerçants canadiens peuvent se prévaloir d'une procédure simplifiée en utilisant le carnet ATA, la Grèce étant signataire de la Convention sur le carnet ATA (voir chapitre 1, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Règlements spéciaux. Des licences d'importation sont requises pour les articles de luxe, et les importateurs doivent obtenir au préalable une « approbation » pour toutes les livraisons. Il est recommandé de ne pas expédier de marchandises avant d'avoir reçu de l'importateur confirmation qu'il a reçu l'approbation requise. D'autres règlements s'appliquent au bois d'œuvre, aux contenants en plastique pour aliments, aux cosmétiques, à la viande, à la volaille, au poisson, aux crustacés, aux médicaments vétérinaires, aux produits pharmaceutiques, etc. Pour plus de renseignements sur les produits, vous pouvez communiquer directement avec l'importateur. Il est conseillé aux exportateurs canadiens de s'informer auprès de leur agent des règlements spéciaux qui existent en Grèce et qui sont susceptibles de viser chacun de ses produits. Les exportateurs doivent également s'assurer d'inscrire sur tous les documents le numéro du tarif de la CEE qui s'applique spécifiquement à leur produit.

Zones de libre-échange. La Grèce a deux zones de libre-échange, l'une au Pirée, et l'autre à Thessaloniki. Le triage, l'étiquetage et le réempaquetage peuvent être effectués dans ces deux zones, et certaines activités de conditionnement sont permises à Thessaloniki. L'entrée des explosifs, des poisons et d'autres produits dangereux est interdite dans ces zones. D'autres produits, tels que ceux soumis à des droits de douane élevés, y sont aussi interdits ou restreints.

VIII. IRLANDE

Observations générales

La République d'Irlande est un petit pays se trouvant dans la périphérie de la CEE. Elle compte environ 3,5 millions d'habitants, dont 50 % ont moins de 25 ans. La population active est jeune et de plus en plus instruite, et son mode de vie ressemble à celui des Britanniques.

Malgré les récentes découvertes de minerai métallique et de gaz, et des indices laissant croire à l'existence de réserves de pétrole au large de l'Irlande, ce pays est largement tributaire du commerce international, particulièrement avec les États-Unis, le Royaume-Uni et les autres pays de la CEE.

Au stade actuel du développement industriel de l'Irlande, presque toutes les machines, les matières brutes et les matières devant servir à une production complémentaire — à l'exception du fourrage, du lait et de la viande — doivent être importées. Au fur et à mesure que son secteur industriel se développe, une proportion croissante de la production de l'Irlande doit être vendue à l'étranger, ce qui par ricochet entraîne une augmentation des importations. Les coûts de transport et les lacunes de l'infrastructure de production, notamment du réseau routier, viennent augmenter les coûts industriels. Grâce à un important programme d'investissements, les services de télécommunication (commutation numérique et liaison par fibres optiques) sont maintenant meilleurs. Les lacunes ont été compensées par des mesures d'incitation sous forme de subventions au développement industriel, au perfectionnement de la main-d'œuvre et à l'expansion des marchés d'exportation, d'allégement du fardeau fiscal des entreprises à vocation industrielle, et de provisions d'amortissement accéléré.

En raison de la grande dépendance de l'Irlande à l'égard des importations, les distributeurs et les agents sont bien établis dans presque tous les secteurs et représentent généralement des fabricants des pays de la CEE. Par le passé, nombre de produits atteignaient les marchés irlandais par l'intermédiaire des distributeurs du Royaume-Uni. Aujourd'hui, la position avantageuse dont jouissaient ces distributeurs est gravement minée en raison de l'expansion

rapide du commerce et des contacts avec la CEE. S'ajoutent à ces facteurs la suppression de la parité de change entre la livre irlandaise et la livre sterling depuis 1979, année d'adhésion de l'Irlande au Système monétaire européen.

Les exportations canadiennes vers la République d'Irlande sont demeurées stables et se sont chiffrées en 1988 à environ 215 millions de dollars canadiens. Les exportations canadiennes touchent tous les secteurs, à savoir l'industrie, les ressources et l'agriculture. Par ordre d'importance, les exportations comprennent : moteurs d'avion et pièces, ordinateurs et pièces, appareils et matériel de télécommunications, bois d'oeuvre, pâte à papier, tabac, fibres synthétiques, pois et fèves, papier journal, saumon et chlorure de potassium.

Les sociétés canadiennes se sont établies dans la République d'Irlande suivant diverses formules, notamment par l'acquisition d'actions, par les entreprises conjointes et par l'établissement de filiales. La plupart font de l'Irlande le cœur de leurs activités de fabrication, d'assemblage ou de service au sein de la CEE en raison des mesures d'incitation très généreuses offertes par le gouvernement irlandais et de l'accès libre aux autres marchés de la CEE.

Règlements du pays

Étiquetage. En règle générale, on n'exige pas que les importations portent l'indication de leur pays d'origine, à moins que cela risque d'induire les consommateurs en erreur. Les textiles (étiquettes concernant les fibres utilisées), les meubles rembourrés (inflammabilité) et les produits alimentaires sont assujettis à des règlements spécifiques en ce qui concerne l'étiquetage. Ce sont toutefois les règlements concernant les produits alimentaires qui sont les plus sévères.

En vertu de la *Merchandise Act* de 1970, les produits préemballés doivent être conformes à des normes établies et les contenants doivent porter le nom et l'adresse de l'entreprise qui a fait l'emballage ou de l'importateur, ainsi que la quantité ou le contenu par poids, mesure ou nombre d'articles.

L'étiquetage des aliments pré-emballés est régi par la directive 79/112 de la CEE qui prévoit que l'étiquette doit donner les indications suivantes :

- le nom de l'aliment;
- la quantité nette exprimée en unité du système métrique;
- la durabilité, c'est-à-dire la mention « meilleur avant le . . . »;
- une liste des ingrédients donnée sous la rubrique « Ingrédients »;
- toute recommandation spéciale concernant l'entreposage ou l'utilisation;
- le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballeur ou du distributeur dans la Communauté;
- des détails sur le lieu d'origine si l'absence de cette information risque d'induire le consommateur en erreur;
- au besoin, le mode d'emploi.

Les consommateurs demandent que des renseignements encore plus détaillés soient fournis sur l'étiquette, comme par exemple la teneur en sel. On s'attend donc à ce que de nouveaux règlements concernant l'étiquetage soient adoptés au cours des prochaines années. L'harmonisation aux normes de la CEE devrait donner lieu à une foule de nouveaux règlements et de nouvelles normes.

Marques de contrôle. Tous les articles importés en or ou en argent, à l'exception des objets ayant un dessin oriental et des antiquités fabriquées avant 1880, doivent être testés, estampillés et marqués par l'*Assay Office* de Dublin.

Certificats. Les exigences concernant l'obtention d'un certificat phytosanitaire pour les livraisons de plantes, de légumes, de fleurs coupées, etc., figurent dans divers règlements touchant l'hygiène et la quarantaine des plantes. En raison de la complexité de ces règlements, les exportateurs doivent se renseigner au moment de l'expédition auprès du ministère de l'Agriculture du Canada sur les exigences en matière d'exportation. Des règlements particuliers sur les licences d'importation s'appliquent également à l'importation en Irlande d'animaux, de poisson, de volaille, de vins, d'oeufs, de viande, de produits laitiers, d'additifs alimentaires et de médicaments.

Échantillons. Les échantillons ayant une valeur marchande négligeable sont exempts de droits. D'autres genres d'échantillons commerciaux peuvent être importés provisoirement par des personnes qui déposent une garantie ou un montant d'argent (qui sera annulée ou remboursé au moment de la sortie du pays) pour couvrir le montant des droits de douane et des taxes imposables. L'Irlande est signataire de la convention qui a donné lieu au ATA; les exportateurs canadiens peuvent donc se servir de ce carnet pour importer provisoirement en franchise leurs échantillons (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Règlements spéciaux. Des licences sont exigées pour les animaux familiers, les importations de volailles, les vaccins contre les insectes nuisibles à la volaille, la viande, les produits laitiers et d'origine animale, et les bouteilles. D'autres règlements s'appliquent aux cosmétiques, aux vêtements, aux spécialités pharmaceutiques, aux oeufs, aux hydrocarbures, etc. On peut obtenir des renseignements sur ces règlements par l'intermédiaire de l'importateur.

Zone de libre-échange. L'aéroport de la zone de libre-échange est situé à Shannon. Cet aéroport n'est pas visé, à quelques exceptions près, par toutes les lois relatives à l'importation ou à l'exportation de produits entre l'aéroport et l'étranger. Les restrictions auxquelles est assujetti l'aéroport se rapportent à l'hygiène publique, aux maladies animales et végétales, aux devises, aux médicaments dangereux et aux vêtements d'occasion. Les marchandises entreposées dans une zone franche sont exemptes d'examen. La transformation, le triage, la classification ou le réemballage peuvent se faire à l'intérieur des limites de la zone, et les immeubles nécessaires peuvent être construits par les personnes intéressées ou loués de l'État. Il n'y a pas de ports de mer francs en Irlande.

IX. ITALIE

Observations générales

L'Italie offre d'excellentes perspectives de marché aux exportateurs patients et persévérants.

L'industrialisation de l'Italie a été à la fois rapide et spectaculaire. Depuis la fin des années 40 et le début des années 50, l'Italie s'est acquis une réputation solide et bien méritée de producteur de biens de consommation (vêtements, chaussures, meubles, appareils ménagers), de produits chimiques, d'acier, de produits électroniques complexes, de machines et d'une foule d'autres produits qui bénéficient toujours de la confiance des consommateurs et peuvent supporter la concurrence exercée sur les marchés internationaux. Par contre, l'Italie est pauvre en ressources naturelles et doit importer la plupart des matières premières nécessaires à son industrie, ainsi qu'une partie importante de ses produits alimentaires, principalement les céréales et la viande.

Pour avoir une bonne idée du marché italien, il faut se montrer à la fois attentif et précis. Il est difficile de repérer des clients éventuels dans un pays de plus de 57 millions d'habitants, qui compte plus d'un million d'établissements de vente au détail et près de 100 000 grossistes. De plus, on observe une certaine polarisation entre le nord et le sud, et des variables différentes doivent être utilisées dans chaque région.

Avant d'entreprendre un voyage en Italie, vous devez bien établir vos objectifs. Si, en premier lieu, vous vous proposez simplement de recueillir des données sur le marché, il n'est peut-être pas nécessaire de vous déplacer. S'ils disposent de données pertinentes sur vos produits, les délégués commerciaux du Canada à Milan et à Rome peuvent exécuter pour vous une bonne partie de l'étude de marché préliminaire. La région qui va de Florence jusqu'au sud de l'Italie relève du bureau de Rome, tandis que celle située au nord de Florence relève du bureau de Milan. Vous devez adresser vos demandes de renseignements généraux aux deux délégations et préciser dans votre lettre que vous êtes entré en communication avec chacune de celles-ci.

Si vous devez vous rendre sur les lieux, il faut préciser le type de gens que vous désirez rencontrer (et en avertir le

délégué commercial), par exemple un grossiste, un agent ou un distributeur spécialisé dans la distribution de votre gamme de produits ou de produits complémentaires. Si votre programme de commercialisation prévoit une licence de production ou une entreprise en coparticipation, il vous faut le préciser dès le départ pour que les agents locaux éventuels soient bien informés de vos plans.

Préparation du voyage d'affaires

Lorsque vous préparez votre voyage, il est important de prendre en considération les points soumentionnés.

Les Italiens ont une attitude plutôt réservée lorsqu'ils traitent d'affaires et sont particulièrement sensibles aux belles manières. Si la personne avec qui vous avez affaire porte un titre (Dottore, Ingegnere, Professore, etc.), utilisez-le en tout temps. Les poignées de main, la remise de cartes d'affaires et autres formalités du genre qui sont courantes en Europe sont doublement appréciées des Italiens qui sont conscients que vous vous efforcez de vous adapter à des pratiques qui ne sont pas courantes en milieu nord-américain.

L'italien est évidemment la langue des affaires en Italie. Bon nombre de gens d'affaires, essentiellement dans le nord de l'Italie, parlent aussi le français et l'anglais. Toutefois, si vous vous entretenez avec votre interlocuteur italien en français ou en anglais, il ne faut pas oublier que ce dernier s'adressera alors à vous dans une langue qui n'est pas sa langue maternelle et les expressions idiomatiques ou le débit rapide de la conversation ne pourront alors qu'engendrer la confusion. Au moment de votre première visite, un membre de la délégation commerciale peut vous accompagner pour faciliter les premiers contacts. Dans le cas des visites courantes à des agents reconnus, il peut être bon de recourir aux services d'un interprète.

N'oubliez pas que le marché italien est très concurrentiel. Aussi, il vous faut venir en Italie avec autant de renseignements que possible sur votre produit, y compris les CAF et des brochures. Si votre documentation n'est rédigée qu'en français et en anglais, faites traduire en italien au moins les sections principales (y compris les descriptions techniques) et annexez votre traduction à la brochure. Cette dépense minime s'avérera indéniablement très rentable. En outre, demandez à un transitaire d'étudier les moyens de transport (coût, mode, fréquence, délai de livraison) pour aider l'acheteur éventuel à évaluer les coûts et

les rendements de votre produit. Prenez soin d'utiliser les termes décrits dans *Incoterms* lorsque vous proposez des prix (voir plus loin la section intitulée « Termes commerciaux »).

Choisissez le moment de votre voyage avec soin. Tout d'abord, il y a de nombreuses foires commerciales en Italie et dans d'autres pays de la CEE; si votre visite coïncide avec une foire qui porte sur votre secteur de production, vous aurez alors une occasion unique de vous faire une idée sur la concurrence et d'obtenir des renseignements commerciaux utiles sur l'Italie et aussi sur des pays voisins. Planifiez votre voyage en fonction des jours fériés en Italie. En plus des jours fériés au Canada (par exemple Noël, le Nouvel an et Pâques), l'Italie célèbre des fêtes nationales et religieuses comme l'Épiphanie (6 janvier), le jour de la libération (25 avril), la fête du travail (1er mai), la Toussaint (1er novembre), etc. Il importe aussi de noter que la plupart des Italiens prennent leurs vacances annuelles en août, de sorte qu'un grand nombre d'entreprises ferment leurs portes pendant plusieurs semaines entre la mi-juillet et la mi-septembre.

Faire des affaires en Italie

Dès votre arrivée en Italie, vous devriez entrer en contact avec le délégué commercial pour vérifier les changements de dernière heure apportés à l'horaire et aux rendez-vous.

Il est préférable de prendre rendez-vous avec les gens d'affaires italiens. Bien qu'ils soient très pointilleux sur les questions de protocole, les Italiens ne respectent toutefois pas l'horaire des rendez-vous à la lettre. Néanmoins, soyez au rendez-vous à l'heure dite, mais préparez-vous à attendre quelques minutes.

Au cours de vos réunions, montrez-vous bien informé sur la concurrence qui existe en Italie. Faites ressortir les avantages qu'offrent vos produits en vous reportant à des normes et à des termes locaux (par ex. la monnaie, les unités métriques, etc.). Si votre interlocuteur n'est pas en mesure de faire une comparaison directe, vous perdrez un temps et des efforts précieux. Exprimez les prix en dollars canadiens si vous n'avez pas eu le temps de les convertir en lires.

Lorsque vous aurez visité tous vos agents et acheteurs éventuels et que vous aurez présenté des exposés et des offres de la façon la plus professionnelle et la plus complète possible, confirmez vos ententes par télex dès votre retour au Canada. Les Italiens, comme les Européens de

l'Ouest en général, ne prennent pas toujours des décisions rapides, du moins si on les compare aux Canadiens. La patience et la persévérance sont dans le présent cas vos meilleures alliées. Vous devrez revenir à la charge par des rapports personnels et directs, ainsi que par l'entremise des délégués commerciaux. Toute baisse d'intérêt de votre part provoquera une réaction semblable chez votre contact italien. N'oubliez pas que votre partenaire éventuel ne vous connaît pas et qu'il cherche à savoir si vous êtes vraiment déterminé à accaparer une part du marché italien. Les Canadiens découvrent souvent avec une agréable surprise que les contacts en Italie, quoiqu'ils nécessitent plusieurs visites, sont beaucoup plus durables que n'importe où ailleurs dans le monde.

Règlements du pays

Douanes. Il faut s'adresser aux autorités douanières italiennes pour obtenir des renseignements précis sur les droits de douane imposés dans ce pays. Toutefois, la Direction de la politique commerciale avec la Communauté européenne d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada peut fournir des informations préliminaires sur les droits de douane, les taxes sur la valeur ajoutée et l'accès au marché.

Ces informations doivent cependant être vérifiées auprès des autorités douanières italiennes avant l'expédition des marchandises.

Étiquetage. Les lois italiennes sur l'étiquetage portent surtout sur la composition du produit ainsi que sur le nom et le pays d'origine du fabricant. Les produits suivants sont assujettis à des exigences spéciales : les aliments emballés, les boissons distillées, les vins, le ciment, la chaux, les médicaments et certains instruments de musique.

Les denrées alimentaires doivent porter une étiquette indiquant les nom et adresse du conditionneur, la marque de commerce ou la marque déposée, la nature du contenu et la quantité en unités métriques, les additifs listés par ordre d'importance, les instructions de conservation, de décongélation et de préparation, ainsi que la durée de conservation. En raison de la complexité des règlements relatifs à l'étiquetage, il faut soumettre toutes les étiquettes à la vérification de l'importateur italien avant l'expédition.

Tous les produits textiles doivent porter une étiquette rédigée en italien indiquant leur teneur en fibres, la marque de commerce ou la griffe de l'importateur, du fabricant ou du vendeur. Un certificat d'origine est aussi exigé pour chaque expédition de textiles.

Les exportateurs canadiens de produits textiles doivent communiquer avec l'importateur italien pour obtenir de plus amples détails sur les exigences particulières en matière d'indication de la teneur en fibres, lorsque divers tissus entrent dans la fabrication d'un même vêtement.

Marques de contrôle. Les métaux précieux doivent porter le poinçon de l'affineur.

Certificats. En règle générale, les certificats d'origine ne sont pas exigés. Lorsqu'ils le sont, il faut en fournir deux copies certifiées par une chambre de commerce reconnue. Ils peuvent alors être intégrés à la facture ou au connaissement.

Le bétail, la viande, les produits laitiers et les produits de la pêche doivent être conformes aux normes de santé relativement sévères et être accompagnés de certificats spéciaux émis par les autorités canadiennes chargées de l'inspection vétérinaire ou des produits de la pêche. Avant de prendre tout engagement que ce soit, les exportateurs devraient communiquer avec un bureau d'Agriculture Canada ou de Pêches et Océans Canada selon le cas.

Des certificats d'inspection sanitaire émis par la Direction générale des services d'inspection de Pêches et Océans Canada sont exigés pour les importations de poissons, de fruits de mer et de produits dérivés comestibles. Cette exigence vise aussi les échantillons.

Un « visa statistique » est exigé pour les importations de laine, de produits tissés, de vêtements et d'articles ménagers contenant plus de 50 % de coton et provenant de pays qui ne font pas partie de la CEE. Les importateurs doivent se procurer ces visas auprès du gouvernement italien. Quant aux exportateurs canadiens, ils doivent fournir deux exemplaires supplémentaires de la facture à l'importateur italien pour chaque livraison nécessitant un « visa ».

Échantillons. Les échantillons dont la valeur marchande est jugée négligeable par les douanes italiennes sont admis en franchise de droits et sans taxes. Les échantillons expédiés comme bagage non accompagné ou marchandises sont considérés comme des livraisons commerciales ordinaires, c'est-à-dire qu'ils doivent être

emballés, étiquetés et certifiés selon les normes prescrites pour ce type de livraison. Pour pouvoir importer des marchandises acceptées comme échantillon, l'importateur doit être reconnu comme voyageur de commerce par la Chambre de commerce italienne ou posséder une déclaration notariée en ce sens émise par le consulat d'Italie. On exige un certificat d'origine vérifié par la Chambre de commerce du pays d'origine et le dépôt d'une somme égale aux droits de douane et aux taxes à payer sur les produits, lequel dépôt sera remboursé au moment de l'exportation, sous surveillance douanière.

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés temporairement à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais un remboursement pourra être obtenu sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs que ce système intéresse doivent au préalable prendre les dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

Les commerçants canadiens peuvent utiliser le carnet ATA puisque l'Italie est signataire de la Convention relative à cette procédure (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). Les carnets sont habituellement peu coûteux (selon le produit) et sont disponibles auprès de votre chambre de commerce locale ou de la Chambre de commerce du Canada (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA). Quoique l'utilisation du carnet simplifie un grand nombre de formalités douanières, son détenteur doit faire enregistrer les marchandises à l'entrée et à la sortie de chaque pays visité. Les utilisateurs avertis doivent donc prévoir une période de temps pour cette formalité à leur arrivée dans chaque pays et à leur départ.

Règlements spéciaux. Nombre de produits sont soumis à des règlements spéciaux visant l'importation, dont les suivants : les produits en céramique, le béton, les téléviseurs, la cire d'abeille et le miel, les produits alimentaires, les détergents synthétiques, les billots et le bois d'œuvre, les outils électriques, les insecticides, les céréales fourragères, les motos, les véhicules à moteur, les cosmétiques, les chaussures et les jouets.

Termes et accords commerciaux. L'Italie utilise les termes commerciaux définis par la Chambre de commerce internationale (CAF, FOB, etc.). Aussi, les exportateurs canadiens ont-ils avantage à étudier ces termes avant de faire toute proposition de prix. Tous les renseignements nécessaires sont fournis dans les publications *Incoterms* et *Guide pour les Incoterms* que vous pouvez emprunter ou acheter à votre chambre de commerce. Vous pouvez également vous adresser à la Chambre de commerce du Canada pour en obtenir des exemplaires.

En règle habituelle, les marchandises vendues à de nouveaux clients doivent être payées par lettre de crédit confirmée et irrévocable. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce point, on peut s'adresser à l'une des grandes banques canadiennes qui ont toutes des succursales en Europe de l'Ouest, dont deux en Italie.

Le premier accord commercial devrait être d'une durée d'un an et renouvelable par consentement mutuel. L'exclusivité étant habituellement d'une grande importance pour les deux parties, il est préférable de conclure une entente non exclusive. Les exportateurs canadiens devraient savoir qu'il faut parfois récompenser un représentant pour sa « bonne volonté » si l'entente n'est pas renouvelée.

X. PAYS-BAS

Observations générales

Bien que les Pays-Bas n'aient une superficie que de 41 473 km², soit l'équivalent de l'île de Vancouver, ses 14,6 millions d'habitants en font un des pays à plus forte densité de population au monde. Le pays ne mesurant que 370 km de longueur sur environ 193 km de largeur, aucun endroit ne se trouve à plus de deux heures et demie de voiture d'Amsterdam. Plus de la moitié de la population néerlandaise habite la côte occidentale du pays où sont situées trois grandes villes : Amsterdam, Rotterdam et La Haye. Cette dernière est le centre administratif du pays. Ces trois villes se trouvent à moins d'une heure de route les unes des autres. Des trains et des autobus rapides et efficaces relient les divers centres commerciaux néerlandais. Vous pouvez assister à un rendez-vous à Rotterdam au cours de la matinée puis à un autre à Amsterdam dans l'après-midi. Les gens d'affaires néerlandais sont habituellement scrupuleusement ponctuels et ils s'attendent au même comportement de la part de leurs homologues étrangers.

Le marché des Pays-Bas est un marché idéal, en ce sens qu'il est à la fois compact et concentré, ce qui permet de réduire sensiblement les frais de transport et de distribution.

À l'exception des produits agricoles et du gaz naturel, les Pays-Bas importent la plupart de leurs produits de base et un fort pourcentage de produits ouvrés. Pour l'exportateur canadien qui possède un produit concurrentiel, les Pays-Bas constituent un bon marché.

Les Pays-Bas présentent un autre avantage intéressant pour l'exportateur : le port de Rotterdam est l'un des plus grands ports du monde et constitue un excellent point d'entrée dans les riches pays de la CEE, plus particulièrement en Allemagne de l'Ouest. (Amsterdam est aussi un des ports d'Europe les plus achalandés.) En fait, on compte plus de 160 millions d'habitants dans un rayon de 500 km des principales villes néerlandaises. À cause de sa situation stratégique, le pays s'est accaparé une proportion importante du transport à destination des pays du Marché commun.

Faire des affaires dans les Pays-Bas

Il est particulièrement facile pour les Canadiens de faire des affaires dans les Pays-Bas, car la plupart des gens d'affaires néerlandais parlent couramment l'anglais, et un assez bon nombre parlent aussi le français. Les exportateurs éventuels doivent être prévenus que les entreprises et les gens d'affaires néerlandais sont de durs marchandeurs, qui cherchent des produits de qualité à un prix minime. Les exportateurs canadiens doivent donc être disposés à discuter en détail des questions de vente et de prix dès leur première visite auprès d'une entreprise ou d'un agent néerlandais.

On recommande fortement aux gens d'affaires qui envisagent de se rendre aux Pays-Bas d'en informer les délégués commerciaux de l'Ambassade du Canada et de leur faire parvenir des brochures sur les produits pour qu'ils puissent étudier les possibilités du marché et mettre au point un programme de visites pertinent. Il n'y a rien comme de prévenir longtemps à l'avance pour s'assurer le succès d'un voyage d'affaires.

Les entreprises néerlandaises qui achètent en grandes quantités préfèrent transiger directement avec le fabricant. Les exportateurs canadiens qui ne prévoient pas vendre de volumes importants de produits auront affaire à un importateur, à un distributeur ou à un agent. Par contre, si le produit d'un exportateur est assez spécialisé ou assez coûteux, il vaut mieux en confier la promotion à un agent. Une fois l'agent sélectionné, il est important de travailler en étroite collaboration avec ce dernier et de le tenir bien renseigné. À long terme, cette façon de procéder s'avérera rentable.

Les règles qui régissent les ententes contractuelles entre un agent néerlandais et un mandant sont clairement exposées dans un code. Même si elles ne sont pas aussi rigoureuses que les règles de certains autres pays, la société canadienne aurait avantage à utiliser les services d'un cabinet d'avocats néerlandais avant de signer toute entente. Une directive régissant les agents commerciaux a été adoptée par la CE le 18 décembre 1986 et les pays membres doivent s'y conformer d'ici 1990.

Les acheteurs néerlandais n'acceptent pas facilement toute tentative pour leur faire accepter de forts contingents initiaux d'achat. Les agents n'aiment pas non plus le contingentement de ventes. Les paiements peuvent se faire au

comptant, sur réception des marchandises, mais des modalités de 60, 90 ou 180 jours sont aussi courantes dans le cas des commandes importantes.

Nous recommandons aux exportateurs éventuels de fournir de la documentation sur les produits et les prix CAF Rotterdam ou Amsterdam, de préférence en florins néerlandais. Toutes les descriptions et les fiches techniques des produits doivent être en unités métriques. Il n'est pas nécessaire de les traduire en néerlandais, mais il est toujours bon de le faire.

Une fois les contacts commerciaux établis, il est important de les relancer rapidement, car l'entreprise néerlandaise ou l'agent commercial s'attend à ce qu'on réponde rapidement à ses lettres et à ses commandes.

Il est conseillé de ne pas faire de visites initiales ou exploratoires durant les mois de juillet et d'août, étant donné qu'un grand nombre de Néerlandais prennent leurs vacances annuelles au cours de cette période. (Les usines et les entreprises ferment souvent leurs portes pendant deux ou trois semaines au cours des vacances estivales).

La participation à des expositions commerciales aux Pays-Bas est fortement recommandée pour lancer un produit sur ce marché. Les deux plus importants centres d'expositions commerciales sont la Foire industrielle royale des Pays-Bas, à Utrecht, et le centre d'expositions RAI, à Amsterdam. Plusieurs foires sont organisées régulièrement, tant pour les gens d'affaires que pour le public en général.

Comme il a été mentionné, les Pays-Bas importent une gamme complète de biens, allant des produits de base jusqu'aux articles hautement perfectionnés. En plus d'acheter en grandes quantités des produits en provenance du Canada tels que des produits minéraux et forestiers, des oléagineux et autres produits de base, les Pays-Bas importent des quantités de plus en plus grandes d'articles ouvrés et de matériel comme des produits électriques et électroniques, du matériel de défense, du matériel informatique et des logiciels, de même que du matériel de télécommunication.

Les gens d'affaires canadiens qui désirent obtenir des renseignements sur les possibilités de vendre un produit donné sur le marché néerlandais n'ont qu'à écrire ou à envoyer un télex aux services commerciaux de l'Ambassade du Canada. Cette dernière se chargera volontiers de sonder le marché néerlandais et de proposer la meilleure façon de commercialiser ce produit.

Règlements du pays

Étiquetage. Les règlements d'étiquetage, qui varient selon les produits, sont décrétés et modifiés fréquemment. Les cosmétiques, les aliments emballés, les textiles et les savons sont notamment visés par des prescriptions précises.

Marques de contrôle. Les articles en or et en argent doivent porter le poinçon de l'affineur (une légère marge d'erreur est permise) avant qu'ils ne puissent être mis en vente. Le poinçon peut être apposé par une firme néerlandaise après l'importation. Il est permis d'indiquer le nombre de carats sur les articles en or.

Certificats. Les certificats d'origine ne sont habituellement pas nécessaires. Lorsqu'ils sont exigés, on en demande deux exemplaires certifiés par une chambre de commerce reconnue.

Des certificats d'hygiène authentifiés par Agriculture Canada sont exigés pour les livraisons de bovins, de porcs, de volaille et de chevaux vivants et destinés à la consommation humaine. Des certificats sont aussi exigés pour le poisson congelé, frais, réfrigéré et la viande congelée; les préparations à base de viande; les os brisés et la farine d'os; les engrais chimiques et la nourriture pour animaux contenant de la viande animale, des os ou du sang.

Tous les produits agricoles non transformés doivent être accompagnés d'un certificat phytosanitaire émis par Agriculture Canada.

Étant donné que les exigences relatives aux certificats d'inspection et à la quarantaine des plantes sont complexes et fréquemment modifiées, il est conseillé de communiquer avec la Direction générale de la production et de l'inspection des aliments d'Agriculture Canada, à Ottawa, ou avec un de ses bureaux régionaux.

Échantillons. Les échantillons n'ayant aucune valeur marchande sont admis en franchise. L'importation provisoire en franchise et sans taxe est permise pour les échantillons qui sont importés dans le seul but d'obtenir des commandes. Ces importations peuvent être faites sur garantie ou sur versement des droits de douane et les sommes ainsi versées pourront être remboursées au moment

de l'exportation. Les Pays-Bas sont signataires de la Convention douanière relative au carnet ATA qui facilite l'importation provisoire de produits et, en conséquence, les exportateurs canadiens peuvent utiliser le Carnet ATA (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Les échantillons qui ont une valeur commerciale et qui ne sont pas sortis du pays dans l'année qui suit leur importation sont soumis aux mêmes règlements et droits douaniers que les importations normales.

Règlements spéciaux. Les règlements en vigueur visent divers matériaux et produits, dont les produits chimiques destinés à des fins agricoles, l'amiante, les médicaments préemballés, les cosmétiques et les denrées alimentaires. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces règlements, veuillez vous adresser à l'importateur ou, encore, communiquer avec les services commerciaux de l'Ambassade du Canada aux Pays-Bas.

XI. PORTUGAL

Observations générales

À peine plus grand que le Nouveau-Brunswick, le Portugal compte près de dix millions d'habitants. Pays relativement pauvre, avec un produit intérieur brut (PIB) par habitant légèrement supérieur à 3 400 dollars américains en 1987, le Portugal est devenu membre de la CEE le 1er janvier 1986. L'adhésion à la Communauté était un objectif de longue date du Portugal et celle-ci devrait s'avérer économiquement profitable en ce sens qu'elle favorisera le développement du pays.

Les principaux centres urbains sont Lisbonne (la capitale), Porto (deuxième ville en importance et premier centre industriel), Coimbra, Setubal, Aveiro, Evora, Faro, Funchal (Madère) et Ponta Delgada (Açores).

Accessibilité au marché

L'adhésion du Portugal à la CEE est assujettie à une phase de transition pour le commerce en ce sens que les droits de douane et la réglementation doivent être alignés sur ceux de la Communauté. Quoique le marché risque de devenir plus difficile d'accès pour les produits de la pêche et les produits agricoles canadiens, il pourrait par contre s'ouvrir davantage aux produits industriels et manufacturés.

À la suite de leur adhésion à la CEE, les Portugais ont aboli dans une large mesure le système de licences d'importation (visant à contrôler la sortie des devises étrangères) et de surtaxe à l'importation. Les licences d'importation sont encore exigées pour protéger certains produits portugais ou provenant de la Communauté.

Le Portugal importe une grande quantité de biens de consommation pour répondre à ses besoins, notamment dans le domaine des denrées alimentaires, des matières premières, de la machinerie et de la technologie. Le déficit traditionnel de sa balance commerciale est en partie compensé par les recettes tirées du tourisme et les envois de fonds des émigrés.

En 1988, la valeur des importations portugaises s'est élevée à 16,8 milliards de dollars américains et, en mai 1989, elles a atteint les sept milliards de dollars américains. Les

principaux postes d'importation sont les produits agricoles (13,5 % en 1988), les produits miniers, y compris le pétrole (16,7 %), la machinerie et le matériel de transport (37,6 %). Autrefois limité par des pratiques restrictives en matière d'importation (la surtaxe à l'importation d'articles de luxe pouvait atteindre 60 %), le marché des biens de consommation s'est ouvert depuis l'adhésion à la CEE. Les produits de haute technologie et les services constituent depuis quelques années un autre marché en expansion rapide, particulièrement les secteurs de l'électronique et du matériel de communication.

Le marché portugais est ouvert, mais difficile à conquérir. Il faut donc faire preuve de ténacité et de dynamisme pour soutenir la concurrence des fournisseurs locaux et européens. Traditionnellement, le Canada occupe une part notable des marchés portugais de la morue, des pommes de terre de semence, des peaux, du minerai de fer, de l'amiante, de l'aluminium, du cuivre, du plomb et du zinc. En 1986 et en 1987, le blé et l'orge de fourrage ont refait apparition sur le marché portugais et comptent maintenant pour beaucoup dans les exportations canadiennes.

La réputation qu'a le Canada d'être un fournisseur de denrées alimentaires et de matières premières a changé rapidement au cours des dernières années. Aujourd'hui, les gens d'affaires portugais voient d'un bon œil et même recherchent les contacts avec les fournisseurs canadiens de produits manufacturés et de nouvelles technologies. Naturellement, la concurrence européenne, japonaise et américaine dans ces domaines est très vive sur ce plan.

Au Portugal, il est presque toujours indispensable de recourir aux services d'un agent ou d'un représentant local compétent. Les premiers contacts peuvent se faire par courrier. Aucun visa n'est exigé. La division des services commerciaux de l'Ambassade du Canada peut dresser pour vous une liste des firmes locales susceptibles d'offrir des services de représentant et vous aider à établir les premiers contacts.

Les entreprises locales ont besoin d'une documentation complète sur les produits et les prix (de préférence en fonction du prix CAF à Lisbonne) pour évaluer les débouchés possibles et l'intérêt que peut susciter un nouveau produit. L'anglais et le français sont largement compris dans le milieu des affaires portugais, quoique toute documentation en portugais est préférable et même essentielle dans certains secteurs.

Il ne faut pas envoyer de documentation rédigée en espagnol au Portugal, même si les langues parlées dans ces deux pays se ressemblent à s'y méprendre, à moins de recevoir une demande spécifique en ce sens. Quoiqu'il fasse partie de la péninsule ibérique, le Portugal est distinct du marché espagnol et se considère comme tel, il doit donc faire l'objet d'une stratégie de commercialisation particulière.

Un certain nombre de foires commerciales importantes ont lieu chaque année au Portugal, mais la plupart n'ont pas une portée internationale. Le marché intérieur étant relativement restreint pour la plupart des produits, les entreprises canadiennes n'ont pas avantage à participer directement à ces foires. Elles peuvent toutefois demander à leur agent portugais d'étudier les retombées possibles d'une participation à certaines foires.

Voyage d'affaires

Les rendez-vous d'affaires n'ont jamais lieu avant 9 h 30 (et plus souvent encore 10 h). Le déjeuner dure habituellement de 12 h 30 à 14 h 30 ou 15 h. La plupart des gens d'affaires portugais ont des heures de travail relativement longues (6 h 30 — 19 h). Les déjeuners de travail sont chose commune, contrairement aux dîners, puisque les soirées sont habituellement consacrées à la vie de famille. Pour la même raison, jamais une réunion n'aura lieu le samedi ou le dimanche ni pendant un jour de congé, sauf dans des circonstances exceptionnelles.

Les gens d'affaires portugais sont toujours ponctuels aux rendez-vous et vous devriez l'être également. Si vous prévoyez être en retard, prévenez les intéressés. Les déplacement en taxi sont pratiques et peu coûteux à Lisbonne.

Ne prévoyez pas un voyage d'affaires au Portugal pendant les vacances estivales (de juillet à la mi-septembre), durant la période de Noël ou entre le 25 avril et le 1er mai. De plus, lorsqu'un jour férié tombe au milieu de la semaine, un grand nombre de Portugais « font le pont » pour profiter d'un long week-end.

La Division des services commerciaux de l'Ambassade du Canada se fera un plaisir d'aider à l'organisation de rencontres si on lui en fait la demande au moins deux semaines à l'avance.

Règlements du pays

Étiquetage. Il n'existe pas d'exigences spéciales concernant l'étiquetage et le marquage des marchandises diverses. Il n'est pas nécessaire de frapper les importations d'une marque indiquant leur pays d'origine, à moins qu'elles ne portent la marque d'une entreprise portugaise. Toutefois, une loi spéciale régit l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées, des spécialités pharmaceutiques, du filé, des textiles, du tabac et des vins. Les bijoux et autres articles en or, en argent ou en platine doivent être soumis à un dosage et porter la marque du bureau de contrôle du gouvernement portugais, moyennant une légère redevance.

Il est préférable de réduire à leur plus simple expression les inscriptions sur les paquets, les caisses, les sacs, etc., plutôt que d'écrire les noms complets. On doit s'assurer que les inscriptions sur les paquets sont les mêmes que celles qui figurent sur le connaissement, les certificats d'origine, les factures et tous les documents d'expédition. Par mesure de précaution, les paquets devraient porter la marque du consignataire, y compris la marque de port, et devraient être numérotés, à moins qu'il ne soit autrement facile de les répérer.

Factures commerciales. Des factures commerciales donnant une description exacte et précise des marchandises sont exigées en double exemplaire. La valeur FOB doit être indiquée sur la facture qui doit aussi présenter une liste détaillée des frais d'expédition. Aucun visa consulaire n'est exigé. Le montant des factures doit être exprimé dans la monnaie du pays de consignation des marchandises.

La facture doit comprendre, lorsqu'il y a lieu, la déclaration suivante : « Nous déclarons que les marchandises décrites dans cette facture sont d'origine canadienne ». Cette déclaration doit être certifiée et estampillée par un responsable du *Canadian Board of Trade* ou d'un bureau de la Chambre de commerce ou, encore, par les autorités douanières ou portuaires.

Lorsqu'un produit canadien contient des composantes d'une autre origine, la facture doit mentionner le pourcentage du contenu étranger et cette donnée doit être certifiée par le consul portugais le plus près de votre localité.

Connaissement. Deux connaissements originaux et deux copies non négociables sont exigés. Chaque original doit être envoyé sous pli séparé avec une copie non négociable.

Les connaissements « À ordre » sont acceptés, à condition qu'ils soient endossés par l'expéditeur.

Les inscriptions sur les connaissements doivent correspondre à celles apparaissant sur les caisses et sur la facture. Aucun visa consulaire n'est exigé.

Il faut prendre soin de préciser sur le connaissement le poids exact des marchandises, car toute erreur relevée par les Douanes peut donner lieu à une amende.

Certificat d'origine. Lorsque le contenu canadien représente plus de 50 % de la valeur, la déclaration faite sur la facture dûment certifiée est la seule exigence à remplir, à condition que les marchandises soient expédiées directement du Canada au Portugal.

Les marchandises sont considérées comme étant expédiées directement lorsqu'elles sont transportées par bateau du Canada au Portugal en vertu d'un connaissement, même si elles sont transbordées dans un pays tiers. Lorsqu'une partie du transport est assurée par rail à l'extérieur du Canada, l'expédition n'est pas réputée directe.

Les marchandises réexportées doivent être accompagnées d'un certificat d'origine. Ce certificat peut être obtenu auprès du consulat portugais situé dans le pays de réexportation. Les marchandises qui ne sont pas expédiées directement du Canada au Portugal doivent être accompagnées d'un certificat d'origine certifié par le consulat portugais. Ce certificat doit figurer sur une formule officielle en deux exemplaires, et être présenté au consulat portugais au Canada situé le plus près du lieu de production des marchandises.

Si le chargement contient des marchandises d'origine étrangère, c'est-à-dire d'origine autre que canadienne, un certificat émis par le pays d'origine est alors exigé. Le cas échéant, une facture commerciale certifiée pour la marchandise étrangère peut être présentée au consulat portugais qui émettra alors le certificat d'origine requis.

Certificats spéciaux. Les importations de graines de semence sont permises, en plus de devoir satisfaire aux dispositions de toute loi applicable, elles doivent être accompagnées d'un certificat émis par le service compétent du pays d'origine sur lequel doivent être inscrits le nom de l'exportateur et du consignataire, la nature des marchandises, leur poids, leur degré de pureté et leur capacité de germination.

Les animaux vivants doivent être accompagnés d'un certificat d'origine et d'un certificat d'hygiène émis par les autorités du pays exportateur. Ce certificat doit être rédigé dans les termes prescrits par la convention internationale. Toutefois, il convient de vérifier auprès de l'acheteur les normes sanitaires à respecter. Le certificat doit être authentifié par le consulat portugais le plus près de votre place d'affaires.

La vente de produits pharmaceutiques étrangers au Portugal est assujettie à des règlements particuliers.

Échantillons. Les échantillons n'ayant pas une valeur commerciale sont admis en franchise. Par contre, ceux auxquels les autorités douanières attribuent une certaine valeur commerciale sont frappés de droits correspondant au taux appliqué aux produits de base ou, encore, peuvent être admis moyennant le dépôt d'une garantie ou d'un montant égal au droit de douane applicable qui devient remboursable au moment de la sortie des marchandises.

Le Portugal accepte le carnet ATA pour l'admission temporaire des marchandises. Les exportateurs canadiens qui le désirent peuvent donc se servir du Carnet Canada pour leurs échantillons (voir chapitre 1, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

Les listes de prix, les catalogues et autre matériel publicitaire sont admis en franchise s'ils sont envoyés en petites quantités.

XII. RÉPUBLIQUE FÉDÉRALE D'ALLEMAGNE

Renseignements généraux

Qu'il s'agisse de l'étoile stylisée sur le capot d'une Mercedes, du mot LEICA gravé sur un appareil photo 35 mm ou simplement des mots « Fabriqué en Allemagne » apparaissant sur le contenant d'un médicament Bayer, les produits allemands se sont acquis une renommée internationale pour leur haute qualité et leur fiabilité. Le consommateur n'associe ces qualités qu'au produit lui-même.

La RFA est la deuxième plus grande nation commerciale du monde. Elle s'est taillé cette place de choix en raison de son respect des délais de livraison, des normes de qualité établies et d'un service après-vente rapide et efficace.

Il n'est donc pas surprenant que les consommateurs allemands s'attendent à ce que les produits étrangers offrent les mêmes qualités. Si on compare la base industrielle allemande à la vaste gamme de biens importés en franchise, la RFA constitue vraiment un marché demandeur. Même si le niveau de concurrence que présente la RFA puisse dissuader de nombreux fournisseurs, un marché de biens importés dépassant les 270 milliards de dollars (à l'heure actuelle le plus grand marché d'importation de l'Europe) n'est pas à négliger!

Préparation. L'exportateur doit être très bien préparé avant même de tenter de pénétrer le marché allemand. En premier lieu, les exportateurs doivent s'adresser à l'une des délégations commerciales canadiennes établies en Allemagne de l'Ouest. Ils peuvent à cette fin envoyer de la documentation détaillée sur leurs produits avec renseignements sur les prix et ce, suffisamment à l'avance pour donner le temps au délégué commercial de bien sonder le marché. Dans la mesure du possible, la documentation sera rédigée en allemand et les mesures données en unités métriques.

À qui s'adresser ? Afin de permettre aux exportateurs d'obtenir une bonne vue d'ensemble du marché sans communiquer avec trois missions différentes, nos délégations

commerciales en Allemagne ont adopté un système de spécialisation par secteur en vertu duquel une seule mission assume la responsabilité globale d'une gamme de produits donnée. La liste qui suit vous permettra de déterminer votre point de contact initial. En cas d'erreur de votre part, la mission se chargera d'acheminer votre demande à la délégation compétente.

Düsseldorf
- produits de santé
- poisson et produits alimentaires
- énergie électrique, pétrole et gaz
- la plupart des machines
- produits forestiers
- minerais et métaux
- services de consultation, projets d'investissements et de coopération
- vêtements et meubles
- fourrures et textiles
- dispositifs de protection de l'environment

Bonn
- équipement militaire
- équipement et services de base de télécommunications
- produits chimiques en vrac
- produits agricoles en vrac
- livres et instruments de musique
- construction navale et industries maritimes
- matériel de sécurité
- questions de politique et de réglementation
- technologie et services de protection de l'environnement

Munich
- industrie aérospatiale
- matériel automobile et de transport en surface
- produits électriques et électroniques
- ordinateurs et logiciels
- articles de passe-temps et matériel récréatif
- matériel et instruments médicaux
- films, vidéos et enregistrements sonores
- matériel et services
- équipement et services perfectionnés de télécommunications

Observations relatives au marché. Le marché allemand est trop vaste et trop diversifié pour être abordé en bloc. À l'exception de certains produits, comme les bijoux, pour lequel le marché de gros est presque entièrement concentré dans une même région, la plupart des marchés sont disséminés un peu partout au pays. La ou les régions de concentration doivent donc être choisies avec soin.

Instruments de pénétration du marché. La foire commerciale spécialisée conjuguée à des missions de commercialisation individuelles est de loin le meilleur instrument de pénétration du marché allemand. L'Allemagne tient plus de foires commerciales industrielles que n'importe quel autre pays au monde et les retombées de ces foires dépassent les frontières du pays. En effet, à cause de la réputation internationale des foires commerciales allemandes, les répercussions de l'exposition d'un produit s'étendent bien au-delà des frontières de ce pays, dans toute l'Europe de l'Ouest, et, dans de nombreux cas, jusqu'à des marchés aussi éloignés que ceux de la côte du Pacifique. Pour obtenir des renseignements détaillés sur les principales foires commerciales, il suffit de s'adresser à l'une des trois délégations commerciales canadiennes en Allemagne ou à la Direction du commerce, de l'investissement et de la technologie en Europe de l'Ouest d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada, à Ottawa.

Selon la nature du produit et le calendrier des foires commerciales, il peut être plus avantageux d'effectuer un voyage d'affaires en RFA ou d'inviter des acheteurs allemands à visiter vos installations au Canada. Nos programmes d'aide à l'exportation couvrent ces deux façons d'aborder le marché allemand. De plus, il existe un certain nombre d'organismes, d'associations industrielles et de revues spécialisées susceptibles de faciliter l'étude du marché. Les Canadiens qui participent à une foire commerciale à titre d'exposants ou de visiteurs peuvent obtenir un remboursement de la TVA sur les biens et les services.

Distribution. Les produits alimentaires et les matières premières entrent habituellement au pays au tout début de la chaîne de distribution, tandis que les biens de production et les matériaux semi-ouvrés sont bien répartis aux niveaux des importateurs et des utilisateurs finals. Les produits de consommation entrent dans le réseau à toutes les étapes de la chaîne de distribution, depuis les importateurs, les agents, les grossistes jusqu'aux grands magasins, aux maisons de distribution par correspondance et aux coopératives d'achat. Naturellement, chaque intermédiaire de la chaîne fait augmenter le prix de vente final. Toutefois, l'exposition plus étendue de nombreux produits et les services spécialisés offerts par les intermédiaires rentabilisent

souvent le recours à ces personnes. Les Forces armées allemandes font leurs achats par l'intermédiaire des services allemands d'approvisionnement militaire (BWB) à Koblenz. L'ambassade peut vous aider à entrer en contact avec cet organisme.

Moment le plus opportun pour un voyage d'affaires. La période des vacances est très importante pour les gens d'affaires allemands et, souvent, les bureaux ne sont occupés que par un personnel réduit au minimum pendant la saison estivale. Aussi, les visites en juillet et en août sont-elles déconseillées. En outre, les habitudes d'achat bien établies et la période de l'année constituent des facteurs importants dont il faut tenir compte au moment de l'établissement du calendrier de voyage, en particulier dans le cas des biens de consommation. À cet égard, il faudra consulter la délégation commerciale canadienne compétente. Dans la mesure du possible, choisissez une période qui coïncide avec une foire commerciale de votre secteur d'activité.

Autres considérations. Étant donné que les impressions de l'acheteur à l'égard du fournisseur et du produit ne font qu'une, l'exportateur canadien en visite doit être en mesure de faire preuve des qualités suivantes :

Connaissance des habitudes locales
La ponctualité, la politesse et une certaine étiquette sont beaucoup plus importantes pour les gens d'affaires allemands que pour leurs homologues nord-américains. Le non-respect des normes établies peut compromettre les résultats d'une première rencontre importante.

Compétence
Il ne suffit pas d'apporter des échantillons et une liste des prix des produits à l'usine. Vous devez démontrer que vous connaissez à fond votre produit, ainsi que les détails relatifs aux délais de livraison, aux coûts d'expédition, au service après-vente, aux services techniques offerts au distributeur et aux caractéristiques de rendement. Une liste de références est aussi très utile. Il est important que vous soyez en mesure de démontrer, preuves à l'appui, vos bons antécédents dans le domaine de l'exportation ou, encore, de votre marché canadien. Bien que les acheteurs allemands soient normalement capables de convertir eux-mêmes les prix en marks (DM) en y ajoutant les droits de douane et les taxes correspondants, il est préférable d'avoir une bonne connaissance de ces facteurs.

Souplesse
La RFA est un marché demandeur et les pratiques qui s'y rattachent sont parfois bien différentes des nôtres. Les propositions relatives à la modification des emballages, aux conditions de crédit, à la correspondance en allemand ou à d'autres changements dans vos méthodes commerciales habituelles doivent être évaluées en fonction des bénéfices prévus, plutôt qu'immédiatement rejetées parce qu'elles exigent trop d'investissements.

Réalisme
Le marché allemand est trop concurrentiel pour être rentable à court terme. La rentabilité ne vient qu'à long terme. Aussi, tous les aspects de votre programme d'exportation (entre autres, promotion, bénéfices escomptés, modifications du produit, etc.) doivent être formulés en tenant compte de ce facteur. En établissant les niveaux de rendement, rappelez-vous que la plupart des gens d'affaires allemands ne mettront pas leur réputation en jeu en s'assujettissant à une trop grande dépendance envers un fournisseur qui n'a pas fait ses preuves. Généralement, les ventes démarrent lentement, mais elles augmentent considérablement une fois votre réputation bien établie.

Règlements du pays

Les règlements de l'Allemagne en ce qui concerne les importations sont en règle générale assez faciles à respecter. Il incombe à l'exportateur de tenir compte des règlements concernant le contenu, l'étiquetage, le calibrage et la qualité et à l'importateur de s'assurer qu'ils sont bien respectés.

Étiquetage. Le règlement de la République fédérale d'Allemagne sur l'étiquetage des aliments prévoit que la viande et ses dérivés, le poisson et ses dérivés, les crustacés, les mollusques, les produits laitiers, les légumes et les conserves de légumes, y compris les champignons, le miel naturel et de fabrique, les sirops de table, les fruits, les fruits secs et les préparations à base de fruits ou de noix, les produits agricoles, les épices, les fécules, le café et les substituts du café, le thé et les autres produits du même genre, doivent être étiquetés de façon à indiquer le nom et l'adresse du producteur ou de l'emballeur, le contenu d'après le nom commercial usuel, la quantité en unités métriques, la durée de conservation, le mode de préparation, la liste des ingrédients, y compris les additifs ou les agents de conservation, etc.

Ces exigences peuvent être respectées par le fabricant dans le pays exportateur ou, encore, par l'importateur en Allemagne fédérale, après l'importation des produits sous la surveillance des autorités douanières.

Les produits importés qui ne sont pas conformes aux règlements allemands relatifs à l'étiquetage, ou pour lesquels aucune disposition n'a été prise avant leur arrivée au pays pour en assurer la conformité aux règlements sont automatiquement refusés. Il est important d'obtenir de l'importateur allemand des renseignements complets sur les méthodes d'étiquetage avant l'expédition des produits et le texte allemand précis à utiliser, étant donné que l'importateur allemand est tenu par la loi d'informer le fournisseur étranger de toutes les exigences en matière d'étiquetage ou de marquage.

Certificats d'origine. Normalement, des certificats d'origine ne sont pas exigés sauf pour les produits textiles. Les importateurs peuvent être tenus de présenter des certificats d'origine pour des marchandises contingentées, certains produits agricoles non exempts de droits et pour d'autres importations bénéficiant d'un régime tarifaire préférentiel. On exige deux exemplaires authentifiés par une chambre de commerce ou un *Board of Trade* reconnu. Aucune formule spéciale n'est prescrite pour le certificat d'origine, mais ce dernier doit donner une description des produits, le nom et l'adresse du fabricant ou de l'expéditeur, les marques et les numéros des paquets et leur contenu, leur valeur et le mode de transport. Dans les cas où la loi n'oblige pas les intéressés à fournir des certificats d'origine, les autorités douanières allemandes peuvent exiger une preuve d'origine sous forme de documents d'expédition, de factures, de lettres ou d'autres documents attestant l'origine.

Certificats sanitaires. Certains produits de la pêche, les fruits frais, les viandes fraîches ou transformées et les plantes vivantes doivent être accompagnés d'un certificat d'inspection sanitaire émis dans le pays d'origine attestant que les marchandises sont saines et ne contiennent pas de parasites. Les viandes doivent provenir d'usines d'exportation canadiennes approuvées par la Communauté européenne. Le poisson doit être accompagné d'un certificat attestant qu'il ne contient pas de parasites (nématodes).

Attestation médicale. Des certificats d'inspection sanitaire sont également exigés pour l'importation de volailles vivantes ou apprêtées et d'oeufs d'incubation, de sauvagine et de plumes provenant d'oiseaux domestiques ou sauvages, assurant ainsi l'absence de maladies infectieuses, dont la maladie de Newcastle.

Le certificat vétérinaire est obligatoire pour les importations de chevaux, de vaches laitières et de semence, établissant que les animaux exportés et le troupeau dont ils proviennent ne sont pas atteints de brucellose ni d'autres maladies contagieuses.

Échantillons. Les échantillons n'ayant aucune valeur marchande ou rendus inutilisables à des fins commerciales sont admis en franchise sous la surveillance des autorités douanières. Les échantillons d'essai ne pouvant être utilisés à d'autres fins sont également admis en franchise. Les échantillons ayant une valeur marchande sont soumis aux mêmes droits de douane que les livraisons commerciales du même produit.

Les échantillons peuvent être admis moyennant une garantie et sur paiement des droits pour une période d'un an. Les droits sont remboursés intégralement au moment de la réexportation des échantillons, qui n'est pas tenue de se faire par le même port d'entrée (voir chapitre I, Déclaration d'entrée temporaire — Carnet ATA).

D'autre part, les échantillons commerciaux ou les biens importés pour une période provisoire à une fin précise peuvent être assujettis aux droits de douane et aux taxes à l'entrée au pays, mais ils seront remboursés sur présentation de la preuve d'exportation. Les importateurs que ce système intéresse doivent prendre au préalable les dispositions nécessaires avec les autorités douanières du pays.

Il n'est pas nécessaire de posséder des licences d'importation pour les échantillons qui entrent en Allemagne en quantités raisonnables et qui ne sont pas destinés à la vente.

L'exemption des droits de douane ne s'applique pas au café, au café torréfié, aux extraits de café ou de thé, à l'alcool éthylique, aux produits du tabac et au papier à cigarettes.

Règlements spéciaux. Des règlements spéciaux s'appliquent à divers produits, nommément l'équipement, les produits chimiques, les semences et le matériel d'ensemencement, les cosmétiques, le bois d'œuvre, les véhicules à moteur, la viande et le poisson.

XIII. ADRESSES UTILES

Délégations commerciales du Canada dans les pays membres de la CEE

Belgique

Services commerciaux
Ambassade du Canada
2, avenue de Tervuren
1040 Bruxelles, Belgique

Câble : CANADIAN BRUSSELS
Téléphone : (011-32-2) 735-6040
Télécopieur : (011-32-2) 735-3383
Télex : (Code de destination 46)
21613 (DOMCAN B)
Territoire : Belgique, Luxembourg

Danemark

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Kr. Bernikowsgade 1
DK = 1105 Copenhagen K
Danemark

Câble : DOMCAN COPENHAGEN
Téléphone : (011-45-1) 12-22-99
Télécopieur : (011-45-1) 14-05-85
Télex : (Code de destination 55)
27036 (DMCNC DK)
Territoire : Danemark, Groenland, Îles Féroé

Espagne

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Apartado 117
35, Nunez de Balboa
28001 Madrid, Espagne
Adresse postale : Apartado 587
28080 Madrid, Espagne

Câble : CANADIAN MADRID
Téléphone : (011-34-1) 431-4300
Télécopieur : (011-34-1) 431-2367
Télex : (Code de destination 52)
27347 (DOMCA E)
Territoire : Espagne et les provinces hors de la péninsule : îles Baléares, îles Canaries

France

Services commerciaux
Ambassade du Canada
35, avenue Montaigne
75008 Paris, France

Câble : CANADIAN PARIS
Téléphone : (011-33-1) 47.23.01.01
Télécopieur : 33-14723-5628
Télex : (Code de destination 42)
280806 (CANAD A 280806F)
Territoire : France, Andorre, Monaco

Grande-Bretagne

Services commerciaux et économiques
Haut-commissariat du Canada
Macdonald House
One Grosvenor Square
Londres, W1X 0AB
Angleterre

Câble : DOMINION LONDON
Téléphone : (011-44-1) 629-9492
Télécopieur : 441-491-3968
Télex : (Code de destination 51) 261592 (CDALDN G)
Territoire : Angleterre, Pays de Galles, îles Anglo-normandes, Gibraltar

Services commerciaux
Consulat du Canada
Canada House
Ashley House
195 West George Street
Glasgow G22HS, Écosse

Câble : CANTRACOM GLASGOW
Téléphone : (011-44-41) 204-1373
Télex : (Code de destination 77)
778650 (CDAGLW G)
Territoire : Irlande du Nord, Écosse

Grèce

Services commerciaux
Ambassade du Canada
4, rue Ioannou Ghennadiou
Athènes 115 21, Grèce

Câble : CANADIAN ATHENS
Téléphone : (011-30-1) 723-9511
Télécopieur : (011-30-1) 724-7123
Télex : (Code de destination 601)
215584 (DOM GR)

Irlande

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Canada House
65/68 St. Stephen's Green
Dublin 2, Irlande

Câble : DOMCAN DUBLIN
Téléphone : (011-353-1) 781988
Télécopieur : (011-353-1) 781285
Télex : (Code de destination 500)
93803 (DMCN EI)

Italie

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Via G.B. de Rossi 27
00161 Rome, Italie

Câble : CANADIAN ROME
Téléphone : (011-39-6) 855-341
Télécopieur : (011-39-6) 884-8752
Télex : (Code de destination 43)
610056 (DOMCAN I)
Territoire : Provinces de Toscane, Marches, Ombrie, Latium, Abruzzes-Molise, Pouilles, Campanie, Basilicate, Calabre, Sicile et Sardaigne
Autres pays: Malte, Libye

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Via Vittor Pisani 19
20124 Milan, Italie

Câble : CANTRACOM MILAN
Téléphone : (011-039-2) 669-7451
Télécopieur : (011-39-2) 670-4450
Télex : (Code de destination 43)
310368 (CANCON I)
Territoire : (Provinces) Emilie-Romagne, Lombardie, Piémont, Trentin-Haut-Adige, Vénétie, Ligurie, Val d'Aoste, Frioul-Vénétie-Julienne

Pays-Bas

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Sophialaan 7
2514 JP
La Haye, Pays-Bas
Adresse postale : Services commerciaux
B.P. 30820
2500 GV,
La Haye, Pays-Bas

Câble : DOMCAN THE HAGUE
Téléphone : (011-31-70) 614111
Télécopieur : (011-31-70) 561-111
Télex : (Code de destination 44)
31270 (DMCN NL)

Portugal

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Av. Da Liberdade 144/56-4
Lisbonne 1200, Portugal

Câble : CANADIAN LISBON
Téléphone : (011-351-1) 347-4892
Télécopieur : (011-351-1) 347-6466
Télex : (Code de destination 404) 12377 (DOMCAN P)
Territoire : Portugal, Açores, Madère

République fédérale d'Allemagne

En Allemagne, les missions sont structurées par secteur industriel plutôt que par secteur géographique. Aussi, toutes les demandes de renseignements concernant tout aspect du commerce doivent être adressées à la mission compétente dont les secteurs de responsabilités sont énumérés ci-après.

Services commerciaux
Ambassade du Canada
Friedrich-Wilhelm-Strasse 18
D-5300 Bonn
République fédérale d'Allemagne

Câble: CANADIAN BONN
Téléphone : (011-49-228) 23 10 61
Télécopieur : 49-228-230857
Télex : (Code de destination 41)
886421 (DOMCA D)

Secteurs de responsabilités : Matériel de défense, livres, instruments de musique, chantiers navals et industries maritimes, équipement de sécurité, questions de politiques et de réglementation, produits chimiques livrés en vrac, produits agricoles livrés en vrac, équipement et services de base en télécommunications, technologie et services de protection de l'environnement.

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Immerman Hof
Immermannstrasse 65D
D-4000 Düsseldorf
République fédérale d'Allemagne

Câble : CANADIAN DÜSSELDORF
Téléphone : (011-49-211) 35 34 71
Télécopieur : (011-49-211) 359-165
Télex : (Code de destination 41)
8587144 (DMCN D)

Secteurs de responsabilités : Produits de santé, poisson et produits alimentaires, énergie électrique, pétrole et gaz, la plupart des machines, produits de la forêt, minéraux et métaux, services d'experts-conseils, coopération dans des projets d'investissement, vêtements et mobilier, fourrures et textiles, équipement de protection de l'environnement.

Services commerciaux
Consulat général du Canada
Tal 29
D-8000 Munich 2
République fédérale d'Allemagne

Téléphone : (011-49-89) 22-26-61
Télex : (Code de destination 0411) 5214139 (CAND D)

Secteurs de responsabilités : Aérospatial, équipement de transport routier et de surface, produits électriques et électroniques, ordinateurs et logiciels, articles de loisirs et de récréation, équipement médical et instruments médicaux, équipement d'enregistrement de films, de vidéos et d'enregistrement sonore, équipement et services de télécommunications hautement perfectionnés.

Centres du commerce international

Si vous n'avez jamais exporté vos produits, veuillez communiquer avec le Centre de commerce international d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada dans votre province. Comme il a été mentionné précédemment, ces centres sont situés dans les bureaux d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, sauf au Yukon et aux Territoires du Nord-Ouest.

Alberta

Centre du commerce international
Room 540
Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Téléphone : (403) 495-2944
Télex : 037-2762
Télécopieur : (403) 495-4507

Centre du commerce international
Suite 1100
510-5th avenue S.W.
Calgary (Alberta)
T2P 3J2
Téléphone : (403) 292-4575

Colombie-Britannique

Centre du commerce international
Vancouver Centre
Scotia Tower
Suite 900
650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Téléphone : (604) 666-1444
Télex : 045-1191
Télécopieur : (604) 666-8330

Île-du-Prince-Édouard

Centre du commerce international
Confederation Court Mall
134 Kent Street
Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Téléphone : (902) 566-7400/7443
Télex : 014-44129
Télécopieur : (902) 566-7450

Manitoba

Centre du commerce international
330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Téléphone : (204) 983-8036
Télex : 075-7624
Télécopieur : (204) 983-2187

Nouveau-Brunswick

Centre du commerce international
Place Assumption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : (506) 857-6452
Télex : 014-2200
Télécopieur : (506) 857-6429
Ligne directe : 1-800-332-3801

Nouvelle-Écosse

Centre du commerce international
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télex : 019-22525
Télécopieur : (902) 426-2624

Ontario

Centre du commerce international
Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Téléphone : (416) 973-5203
Télex : 065-24378
Télécopieur : (416) 973-8714

Québec

Centre du commerce international
Tour de la Bourse
Bureau 3800
800, place Victoria
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : (514) 283-8185
Télex : 055-60768
Télécopieur : (514) 283-3302

Saskatchewan

Centre du commerce international
6th Floor
105-21st Street East
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Téléphone : (306) 975-5315/5318
Télex : 074-2742
Télécopieur : (306) 975-5334

Terre-Neuve et Labrador

Centre du commerce
international
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Téléphone : (709) 772-5511
Télex : 016-4749
Télécopieur : (709) 772-5093

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Comme nous l'avons déjà mentionné, les bureaux du ISTC occupent les mêmes locaux que ceux des centres du commerce international, à l'exception des bureaux suivants :

Administration centrale

Industrie, Sciences et
Technologie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5
Téléphone : (613) 995-5771

Territoires du Nord-Ouest
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
Precambrian Building
10th Floor
P.O. Box 6100
Yellowknife (T.N.-O.)
X1A 2R3
Téléphone : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228
AES : (403) 920-2618

Yukon
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
108 Lambert Street
Suite 301
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Téléphone : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003
Télex : 014-2200

Représentants commerciaux des pays de la CEE au Canada

Belgique
Ambassade de Belgique
85, rue Range, bureaux 601-604
Ottawa (Ontario)
K1N 8J6
Téléphone : (613) 236-7267-8-9

Consulat de Belgique
1001, boul. de Maisonneuve ouest
Bureau 1250
Montréal (Québec)
H3A 3C8
Téléphone : (514) 849-7394

Consulat de Belgique
8 King Street East, Suite 1901
Toronto (Ontario)
M5C 1B5
Téléphone : (416) 364-5283

Consulat de Belgique
701 West Georgia Street, Suite 1560
P.O. Box 10119, Pacific Centre
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7Y 1C6
Téléphone : (604) 682-1878

Danemark
Ambassade du Danemark
85, rue Range, bureau 702
Ottawa (Ontario)
K1N 8J6
Téléphone: (613) 234-0704/0116/0204

Consulat général du Danemark
2020, rue Université
Bureau 1330
Montréal (Québec)
H3A 2A5
Téléphone : (514) 849-5391

Consulat du Danemark
151 Bloor Street West, Suite 310
Toronto (Ontario)
M5S 1S4
Téléphone : (416) 962-5661

Espagne
Ambassade d'Espagne
350, rue Sparks, bureau 802
Ottawa (Ontario)
K1R 7S8
Téléphone : (613) 237-2193

France
Ambassade de France
42, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1M 2C9
Téléphone : (613) 232-1795

Consulat général de France
2 Élysée, Place Bonaventure (C.P. 177)
Montréal (Québec)
H5A 1A7
Téléphone : (514) 878-4381

Consulat général de France
1110, avenue des Laurentides
Québec (Québec)
G1S 3C3
Téléphone : (418) 688-0430

Délégué commercial de France
175 Bloor Street East, Suite 606
Toronto (Ontario)
M4W 3R8
Téléphone : (416) 925-0025

Consulat général de France
The Vancouver Block,
Suite 1201
736 Granville Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 1H9
Téléphone : (604) 681-2301

Grande-Bretagne
Haut-commissariat de Grande-Bretagne
80, rue Elgin
Ottawa (Ontario)
K1P 5K7
Téléphone : (613) 237-1530
Télécopieur : (613) 237-7980

Consulat général de Grande-Bretagne
Three McCauley Plaza
10025 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 1S6
Téléphone : (403) 428-0375

Consulat général de Grande-Bretagne
1155, rue Université
Montréal (Québec)
H3B 3W7
Téléphone : (514) 866-5863

Consulat général de Grande-Bretagne
777 Bay Street, Suite 1910
College Park
Toronto (Ontario)
M5G 2G2
Téléphone : (416) 593-1267

Consulat général de Grande-Bretagne
111 Melville Street, Suite 800
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6E 3V6
Téléphone : (604) 683-4421

Délégué commercial adjoint de la Grande-Bretagne
a/s Hignell Printed Ltée
488 Burnell Street
Winnipeg (Manitoba)
R3G 2B4
Téléphone : (204) 783-7237

Grèce
Ambassade de Grèce
76-80, rue MacLaren
Ottawa (Ontario)
K2P 0K6
Téléphone : (613) 238-6271-2-3

Consulat général de Grèce
2015, rue Peel
Bureau 750
Montréal (Québec)
H3A 1T8
Téléphone : (514) 845-2105

Consulat général de Grèce
100 University Avenue, Suite 1902
Toronto (Ontario)
M5G 1V6
Téléphone : (416) 593-1636/7

Consulat de Grèce
Suite 501
1200 Burrard Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2C7
Téléphone : (604) 681-1381

Irlande
Ambassade d'Irlande
170, rue Metcalfe
Ottawa (Ontario)
K2P 1P3
Téléphone : (613) 233-6281

Italie
Ambassade d'Italie
275, rue Slater, 11e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 5H9
Téléphone : (613) 232-2401-2-3

Consulat général d'Italie
3489, avenue Drummond
Montréal (Québec)
H3G 1X6
Téléphone : (514) 849-8351

Consulat général d'Italie
136 Beverley Street
Toronto (Ontario)
M5T 1Y5
Téléphone : (416) 977-1566

Délégation commerciale d'Italie
Suite 505, 1200 Burrard Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 2C7
Téléphone : (604) 684-7288

Pays-Bas
Ambassade des Pays-Bas
272, rue Slater, 3e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 5H9
Téléphone : (613) 237-5030

Consulat général des Pays-Bas
Édifice Standard Life
Bureau 1500
1245, rue Sherbrooke ouest
Montréal (Québec)
H3G 1G2
Téléphone : (514) 849-4247/8

Consulat général des Pays-Bas
1 Dundas Street West
Suite 2106
Toronto (Ontario)
M5G 1Z3
Téléphone (416) 598-2520

Consulat général des Pays-Bas
Crown Trust Building, Suite 821
475 Howe Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6C 2B3
Téléphone : (604) 684-6448/9

Portugal
Ambassade du Portugal
645, promenade Island Park
Ottawa (Ontario)
K1Y 0B8
Téléphone : (613) 729-0883
729-2922 729-2270

République fédérale d'Allemagne
Ambassade de la République fédérale d'Allemagne
1, rue Waverley
Ottawa (Ontario)
K2P 0T8
Téléphone : (613) 232-1101/2-3-4-5

Consulat général d'Allemagne
2500 CN Tower
10004-104th Avenue
P.O. Box 363
Edmonton (Alberta)
T5J 0K1
Téléphone : (403) 422-6175/6-7

Consulat général d'Allemagne
3455, rue de la Montagne
Montréal (Québec)
H3G 2A3
Téléphone : (514) 286-1820

Consulat général d'Allemagne
77 Admiral Road
Toronto (Ontario)
M5R 2L4
Téléphone : (416) 925-2813/4-5

Consulat général d'Allemagne
501-325 Howe Street
Vancouver (Colombie-Britannique)
V5C 2A2
Téléphone : (604) 684-8377

Notes

Communauté économique européenne
Pays membres de la communauté européenne
Association européenne de libre-échange
Pays du Comecon
Finlande
Norvège
Suède
Mer Baltique
Écosse
Mer du Nord
Danemark
Irlande
Angleterre
Pays-Bas
République démocratique d'Allemagne
Pologne
URSS
Océan Atlantique
Belgique
Luxembourg
République fédérale d'Allemagne
Tchécoslovaquie
France
Autriche
Hongrie
Roumanie
Suisse
Italie
Yougoslavie
Mer Noire
Portugal
Espagne
Bulgarie
Albanie
Turquie
Mer Méditerranée
Grèce
Maroc
Algérie
Tunisie